

# eFFECTIVE ADCOM

Advertising is communication  
Marketing is destination

MARCH  
2015

Vol. 1 Issue 2

മലയാളത്തിലെ ആദ്യത്തെ അഡ്വർട്ടൈസിംഗ് & മാർക്കറ്റിംഗ് മാസിക

Price: ₹ 50/-

INSIDE OUTSIDE  
AD WORLD

വിശ്വാസം  
അതല്ലെ എല്ലാം  
വി. എ. ശ്രീകുമാർ മേനോൻ

ഏഷ്യാനെറ്റ് സ്വന്തമാക്കിയ  
മാധ്യമ  
ചക്രവർത്തി

പരസ്യങ്ങളുടെ  
മനശാസ്ത്രം



കോൺസാ ബജറ്റ്? • റി സ്പ്സേർവർ • സക്സസ് പിരമിഡ്



വാർത്തകൾക്കുമപ്പുറം  
ഇടപെടലുകളുടെ  
മാധ്യമധർമം.



ഏഴ് രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ നിന്ന് പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്ന മാധ്യമം ആദ്യത്തെ അന്താരാഷ്ട്ര ഇന്ത്യൻ ദിനപത്രം കൂടിയാണ്. നേര് പറയാനുള്ള ധൈര്യത്തിനൊപ്പം മാധ്യമത്തെ വ്യത്യസ്തമാക്കുന്നത് സാമൂഹികപ്രതിബദ്ധതയാണ്. മാധ്യമലോകത്തിനാകെ മാതൃകയാകാമെന്ന ആത്മവിശ്വാസം...അത് ഞങ്ങളുടെ പേരിൽ തുടരുന്നു.

എഡിഷനുകൾ:

ബഹ്ദൈൻ, ദുബൈ, ഖത്തർ, കувൈറ്റ്, ജിദ്ദ, റിയാദ്, ദമ്മാം, അബ്ഹ, ഒമാൻ, ബാംഗ്ലൂർ, കണ്ണൂർ, കോഴിക്കോട്, മലപ്പുറം, തൃശ്ശൂർ, കൊച്ചി, കോട്ടയം, തിരുവനന്തപുരം

www.madhyamam.com

facebook.com/Madhyamam

 **മാധ്യമം**  
മാറുന്ന കാലം, മാറാത്ത മൂല്യം

**EFFECTIVE**  
**ADCOM**  
Advertising is Communication. Marketing is Destination  
The first Advertising & Marketing magazine in Malayalam

# ആമുഖം

മീഡിയകളുടെ ആവിർഭാവം മുതൽ തന്നെ പരസ്യങ്ങളും ഉണ്ട്. പത്രങ്ങളുടെ ചരിത്രം പരിശോധിക്കുമ്പോൾ ലോകത്ത് ആദ്യമായി പത്രം എന്ന ആശയം ഉണ്ടാകുന്നതുതന്നെ പരസ്യങ്ങൾ പ്രസിദ്ധീകരിക്കാനായിരുന്നു എന്നു മനസ്സിലാക്കാം. വാർത്തകൾ പിന്നീട് കൂടെ ചേരുകയായിരുന്നു.

മലയാളത്തിൽ എഴുപത്തഞ്ചിൽ അധികം വർഷത്തെ പാരമ്പര്യം അഡാർടൈസിംഗ് ഇൻഡസ്ട്രി അവകാശപ്പെടുന്നു. ഇതിനോടകം അനേകം പരസ്യ ഏജൻസികൾ ആവിർഭവിക്കുകയും കുറെ ഏജൻസികൾ നിലനിൽക്കുകയും അതിൽ കൂടുതൽ ഏജൻസികൾ അകാലത്തിൽ അപ്രത്യക്ഷമാകുകയും ചെയ്തു. ഇപ്പോൾ നിലനിൽക്കുന്നവരുമായി സംവദിച്ചാൽ പലരിൽ നിന്നും ആദ്യം ഉതിരുന്നത് ഒരു ദീർഘ നിശ്വാസമാണ്.

ആശയറ്റ പ്രതികരണങ്ങൾ! എന്തുകൊണ്ട്?

മനുഷ്യനും മാർക്കറ്റും പ്രോഡക്റ്റുകളും ഉള്ളിടത്തോളം അഡാർടൈസിംഗ് ഇൻഡസ്ട്രിയും ഉണ്ടാകും. മീഡിയാകൾ മാറി മാറി വന്നേക്കാം കാഴ്ചപ്പാടുകൾ മാറിയേക്കാം. പക്ഷേ പരസ്യം മൽസരാധിഷ്ഠിത വിപണിയുടെ അവിഭാജ്യ ഘടകം തന്നെയായി തുടരും.

എവിടെയാണ് കുഴപ്പം ?

താൽക്കാലിക, ചില്ലറ നേട്ടങ്ങൾക്കായി ഇരിക്കുന്ന കൊമ്പു മുറിക്കുന്നവർ ചിന്തിക്കട്ടെ, യഥാർത്ഥ നേട്ടം ആർക്ക് ?

ചീഫ് എഡിറ്റർ



Chief Editor  
**Mathew K. Mulamoottil**  
Associate Editor  
**Batten Bose**  
Sub Editors  
**Jyothis Mary John**  
**Divya Joseph**

Advisory Board  
**Thekkinkadu Joseph**  
**Dr. K.S. David, M.A, M.P.S.W.(TISS), Ph.D**  
**Joshy George**  
**Somie**

Marketing Division  
**John Thomas**  
**Vilsu Mathew**  
Illustration/Layout  
**Anil Kumar M. R.**  
Office Administration  
**Mini S. Nair**

All rights reserved. Views exposed by the writers are not necessarily those of the effective publications or the editor or the publisher and they accept no responsibility for them. All objections, disputes, differences, claims & proceedings are subject to Kottayam jurisdiction.

Registered Office  
Effective Publications, Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam - 686 001, Kerala, India  
Ph: 08593 998705, e-mail: effectiveadcom@gmail.com





## ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോമിന്റെ പ്രകാശനം



മലയാളത്തിലെ ആദ്യത്തെ അഡ്വൈസിംഗ് & മാർക്കറ്റിംഗ് മാസിക ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോമിന്റെ പ്രകാശനം മലയാളമനോരമ എഡിറ്റോറിയൽ ഡയറക്ടർ തോമസ് ജേക്കബ്, കെ.പി.എ. ചീഫ് പേട്രൺ ജോസഫ് ചാവറയ്ക്ക് നൽകി നിർവ്വഹിക്കുന്നു.

മംഗളം മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ സാജൻ വർഗ്ഗീസ് അദ്ധ്യക്ഷത വഹിച്ച ചടങ്ങിൽ ആഡ്കോം ചീഫ് എഡിറ്റർ മാത്യു കെ. മുളമുട്ടിൽ സ്വാഗതം ആശംസിച്ചു. കെ.പി.ബി ചെയർമാൻ ടി.ഒ. ഫിലിപ്പ്, ഫിലിം ക്രിട്ടിക്സ് അസോസിയേഷൻ പ്രസിഡന്റ് തേക്കിൻകാട് ജോസഫ്, കോട്ടയം പ്രസ്ക്ലബ്ബ് പ്രസിഡന്റ് എസ്. മനോജ്, കെ.പി.എ കോട്ടയം സോൺ പ്രസിഡന്റ് ഏബ്രഹാം പി. വർഗ്ഗീസ് (ലാൽജി) എന്നിവർ ആശംസകൾ നേർന്നു. ആഡ്കോം അസോസിയേറ്റ് എഡിറ്റർ ബാറ്റൺ ബോസ് കൃതജ്ഞത പ്രകാശിപ്പിച്ചു.

- |    |  |    |   |
|----|--|----|---|
| 07 | റൂപെർട്ട് മർഡോക്ക്<br>മാധ്യമചക്രവർത്തി                 | 41 | കൊമേച്ചൽ സിനിമയുടെ വാഗ്ദാനം<br>സുരേഷ് ദിവാകർ എന്ന സംവിധായകൻ |
| 12 | വിശ്വാസം എല്ലാമാക്കിയ പോരാളി<br>വി. എ. ശ്രീകുമാർ മേനോൻ | 43 | അരങ്ങ്<br>രംഗവിഷ്കാരത്തിലെ മാന്ത്രിക സ്പർശം                 |
| 16 | ജനഹൃദയങ്ങളിൽ എന്നും മലയാള മനോരമ                        | 45 | STUDENTS CORNER   |
| 18 | ദി ബെന്സേർവർ   | 47 | TALENT HUNT   |
| 22 | ഒരു നിയോഗം പോലെ ഫോട്ടോഗ്രാഫിയിലേയ്ക്ക്<br>സാജൻ തോമസ്   | 48 | ILLUSTRATOR CC  |
| 30 | സക്സസ്സ് പിരമിഡ്<br>റായ് ബഹദൂർ മോഹൻസിംഗ് ബെറോയ്        | 49 | സൂര്യ ടി.വി.<br>ചാനലിന്റെ ചരിത്രം                           |
| 32 | പരമ്പരയുടെ മനഃശാസ്ത്രം                                 | 50 | CLASSIFIEDS   |
| 34 | കോൻസാ ബജറ്റ് ?   | 51 | മോഡലിംഗ്<br>മോഡലിംഗ് രംഗത്തെ പുതുമുഖങ്ങൾ                    |
| 36 | സ്വർണ്ണം ഒരു നിക്ഷേപമെന്ന നിലയിൽ                       | 52 | NEW ARRIVALS  |
| 38 | ശബ്ദചിഹ്നലേറി ലോക സഞ്ചാരം<br>അനിഷ് പുനൻ പിറ്റർ         | 54 | COLUMNIST<br>പ്രശസ്ത കോപ്പി റൈറ്റർ സോമി എഴുതുന്നു           |



മാത്യു കെ. മുളമുട്ടിൽ



സാജൻ വർഗ്ഗീസ്



തോമസ് ജേക്കബ്



ജോസഫ് ചാവറ



ടി.ഒ. ഫിലിപ്പ്



തേക്കിൻകാട് ജോസഫ്



എസ്. മനോജ്



ലാൽജി

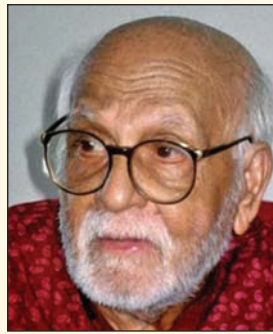


ബാറ്റൺ ബോസ്



## മലയാള ഛായാഗ്രാഹണ കുലപതി

എ. വിൻസന്റ്



സിനിമ സ്റ്റുഡിയോചിത്രീകരണങ്ങളിൽ മാത്രം ഒതുങ്ങി നിന്നിരുന്ന കാലത്ത് തന്റെ ക്യാമറക്കണ്ണുകളെ വിശാലമായ പുറംലോകത്തേക്ക് തിരിച്ച് തനതായ ഒരു ദൃശ്യ സംസ്കാരം മലയാളത്തിനും അതിലുപരി ദക്ഷിണേന്ത്യൻ സിനിമക്കും രൂപപ്പെടുത്തിയെടുക്കുന്നതിൽ സുപ്രധാന പങ്കു വഹിച്ച ഛായാഗ്രാഹകനായിരുന്നു എ. വിൻസന്റ് എന്ന അലോഷ്യസ് വിൻസന്റ്. ജെമിനി സ്റ്റുഡിയോയിലെ സ്റ്റുഡിയോ ബോയ് എന്ന സ്ഥാനത്തു നിന്നും മലയാളസിനിമയുടെ ഛായാഗ്രാഹണ, സംവിധാന രംഗങ്ങളിൽ നിർണ്ണായക സ്വാധീനശക്തിയായി മാറിയ സംഭവ ബഹുലമായ ജീവിതമായിരുന്നു അദ്ദേഹത്തിന്റേത്.

‘ബ്രതുകു തെരുവു’ എന്ന തെലുങ്കു ചലച്ചിത്രത്തിലൂടെയായിരുന്നു ഛായാഗ്രാഹണ രംഗത്തേക്കുള്ള ആദ്യ ചുവടുവയ്പ്. മലയാളത്തിൽ വിൻസന്റ് ചെയ്ത ആദ്യ ചിത്രം നീലക്കുയിൽ ആണ്. രണ്ടാമതായി വൈക്കം മുഹമ്മദ് ബഷീറിന്റെ നീലവെളിച്ചത്തെ ആസ്പദമാക്കിയെടുത്ത ഭാർഗ്ഗവീനിലയത്തിന്റെ സംവിധായകനായി. അത് മലയാള സിനിമയെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം ഒരു നിർണ്ണായക വഴിത്തിരിവായിരുന്നു. ഡിജിറ്റൽ ക്യാമറ, സിനിമാസ്കോപ്പ് തുടങ്ങിയവയെക്കുറിച്ച് കേട്ടിട്ടില്ലാത്ത അക്കാലത്ത് ബ്ലാക്ക്ആന്റ്വൈറ്റിൽ മാത്രമായി ഒരു ദൃശ്യവിസ്തൃതി അദ്ദേഹം തീർത്തു. മുറപ്പെണ്ണ്, അസൂരവിത്ത്, തുലാഭാരം, നഗരമേ നന്ദി, അശ്വമേധം തുടങ്ങിയ ചിത്രങ്ങളുടെ സംവിധായകനായി. വയനാടൻ തമ്പാനിൽ കമലഹാസ്സനെ എട്ടു കഥാപാത്രങ്ങളായാണ് അദ്ദേഹം അവതരിപ്പിച്ചത്. 250-ഓളം ചിത്രങ്ങൾക്ക് ക്യാമറ ചലിപ്പിക്കുകയും മലയാളം, തെലുങ്ക്, തമിഴ് ഭാഷകളിലായി 55 ചിത്രങ്ങൾക്ക് സംവിധാനം നിർവ്വഹിക്കുകയും ചെയ്തു.

1969-ൽ മികച്ച സംവിധായകനുള്ള സംസ്ഥാന അവാർഡും ജേസി ഡാനിയൽ പുരസ്കാരവും ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഗാന ചിത്രീകരണത്തിൽ അസാമാന്യകഴിവ് പ്രദർശിപ്പിച്ചിരുന്ന വിൻസന്റ് മാഷിന്റെ ഏകാന്തതയുടെ അപാരതീരം, പൊട്ടിത്തകർന്ന കിനാവ് കൊണ്ടൊരു, അറബിക്കടലൊരു (മുറപ്പെണ്ണ്), പാമരം പളുങ്കു കൊണ്ട് (ത്രിവേണി) തുടങ്ങിയ ഗാനരംഗങ്ങൾ മലയാളി പ്രേക്ഷകരുടെ മനസ്സിൽ നിന്നൊരിക്കലും മാഞ്ഞു പോകില്ല. അവ അനശ്വരങ്ങളായി നിലനിൽക്കുക തന്നെ ചെയ്യും...

## പ്രതികരണങ്ങൾ



### പുതുസംരംഭത്തിന് ആശംസകൾ

ആഡ്കോം മനോഹരമായിട്ടുണ്ട്. ആഡ്കോമിനെ സംബന്ധിച്ച് ഒരു സമകാലിക പ്രസിദ്ധീകരണം എന്ന നിലയിൽ ഏറെ കൗതുകം ഉണർത്തി, ഒപ്പം ആശങ്കയും, എങ്ങനെയായിരിക്കും അത്തരം ഒരു പ്രസിദ്ധീകരണം മാസത്തോറും, എന്തായിരിക്കും വായനക്കാരുടെ പ്രതികരണം. ആഡ്കോം കണ്ടപ്പോൾ അവയെല്ലാം ദുരീകരിക്കപ്പെട്ടു. ഇത്തരത്തിലുള്ള ഒന്ന് മലയാളത്തിൽ ആദ്യമാണെങ്കിലും ആദ്യത്തെ പതിപ്പ് തന്നെ ഉള്ളടക്കത്തിന്റെ വൈവിധ്യം കൊണ്ടും, അണിയിച്ചൊരുക്കലിന്റെ മനോഹാരിത കൊണ്ടും മാസികയിൽ ചേർത്തിട്ടുള്ള ലേഖനങ്ങളുടെ പ്രതിപാദനശൈലി, ഈട് എന്നിവ കൊണ്ടും വളരെ ശ്രദ്ധേയമായി. ഈ പുതിയ ഉദ്യമത്തിന്റെ അണിയിര ശില്പികൾ എല്ലാം അഭിനന്ദനാർഹരാണ്. എല്ലാവരെയും ആദരപൂർവ്വമായ അഭിനന്ദനം അറിയിക്കുന്നു.

അഡ്വ: പി.കെ.ചിത്രഭാനു, കോട്ടയം

### ആഡ്കോം ഒരു ബിസിനസ്സ് ബൈബിളായി മാറട്ടെ

യാദൃശ്ചികമായാണ് ഒരു പുസ്തകമേളയിൽ ആഡ്കോമിന്റെ ആദ്യലക്കം കാണുവാനിടയായത്. അപ്പോൾതന്നെ ഒരു വർഷത്തെ വരിക്കാരനാവുകയും ചെയ്തു. ആഡ്കോം കൈകാര്യം ചെയ്യുന്ന ചില ബിസിനസ്സ് വിഷയങ്ങളുടെ അതീവ പ്രാധാന്യം ആണ് ഇതിന് പ്രേരിപ്പിച്ചത്. കേരളത്തിലുടനീളമുള്ള ചെറുകിട വൻകിട വ്യാപാരി വ്യവസായികൾക്കും, വിദ്യാർത്ഥികൾക്കും മാധ്യമ-പരസ്യരംഗത്തു പ്രവർത്തിക്കുന്നവർക്കും ഉള്ള ബിസിനസ്സ് ബൈബിളായി ആഡ്കോം മാറട്ടെ എന്നാശംസിക്കുന്നു. ആശയവിനിമയത്തിന്റെ മർമ്മങ്ങളെ ഉൾക്കൊള്ളുന്ന വരും ലക്കങ്ങൾക്കായി പ്രതീക്ഷയോടെ, ഒരു വായനക്കാരൻ നെടുങ്കണ്ടം, ഇടുക്കി.

### Thank you for bringing such a magazine

I accidentally saw the first issue of ADCOM magazine and I really like features like the last page column by So Mie, on the origin of Pears brand, and on how David Ogilvy wrote copy for Rolls Royce. Thank you for bringing such a magazine .

Prince John  
princetvm@gmail.com

# മാധ്യമ ചക്രവർത്തി റൂപ്പർട്ട് മർഡോക്ക്



ബാറ്റൺ ബോസ്

**move<sup>®</sup>**  
**News UK**  
**NEWS AMERICA MARKETING.**

**Amplify.**  
**DOW JONES**  
**storyful.**

**News Corp**  
**NEW YORK POST**  
**HarperCollins Canada Ltd**

റൂപ്പർട്ട് മർഡോക്ക് എന്ന പേരു കേൾക്കാത്തവർ ചുരുക്കമായിരിക്കും. അല്ലെങ്കിൽ അദ്ദേഹത്തിന്റെ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ടി.വി ചാനലുകളോ പത്രമാസികകളോ കാണാത്തവർ ആരുമുണ്ടാകുകയില്ല. 50 രാജ്യങ്ങളിലായി 800 മാധ്യമ കമ്പനികളാണ് മർഡോക്കിന്റെ കീഴിലുള്ളത്. മലയാളികൾ അഭിമാനത്തോടെ കാണുന്ന ഏഷ്യാനെറ്റ് ഉൾപ്പെടെ ഇന്ത്യയിലെ മികച്ച ചാനലുകൾ അദ്ദേഹത്തിന്റെ സ്വന്തമാണെന്നറിയുമ്പോഴാണ് റൂപ്പർട്ട് മർഡോക്ക് എന്ന മാധ്യമ ചക്രവർത്തിയുടെ സാമ്രാജ്യത്തിന്റെ വലിപ്പം അറിയുന്നത്.

ആസ്ട്രേലിയയിലെ മെൽബണിൽ 1931 മാർച്ച് 11 നാണ് മർഡോക്ക് ജനിക്കുന്നത്. കീത്ത് മർഡോക്കും എലിസബത്ത് ജോയ് ഗ്രീനുമാണ് മാതാപിതാക്കൾ. വാർ കറസ്പോണ്ടന്റായി ജീവിതം ആരംഭിച്ച കീത്ത് മർഡോക്ക് സതേൺ ആസ്ട്രേലിയയിലെ അഡ്ലെയ്ഡിൽ രണ്ടു പത്രങ്ങളുടെയും അക്കലെയുള്ള ഖനി തൊഴിലാളികൾക്കുവേണ്ടി ഒരു റേഡിയോ സ്റ്റേഷന്റെയും ഉടമയായി തീർന്നു.

കീത്ത് മർഡോക്ക് വധുവിനെ കണ്ടെത്തിയത് തന്റെ തന്നെ പത്രത്തിൽ വന്ന എലിസബത്ത് ജോയ്ഗ്രീനിന്റെ ഫോട്ടോ കണ്ടിട്ടാണ്. 1928 ൽ 29-ാമത്തെ വയസ്സിലാണ് കീത്ത് മർഡോക്കിന്റെ വിവാഹം. അന്ന് ഭാര്യ ഗ്രീനിന് 19 വയസ്സായിരുന്നു പ്രായം. എലിസബത്ത് ജോയ് ഗ്രീനിന്റെ പിതാവ് റൂപ്പർട്ട് ഗ്രീനിൽ നിന്നാണ് കീത്ത് മർഡോക്ക്



റൂപ്പർട്ട് എന്ന പേര് സ്വീകരിച്ചത്. ഈ ദമ്പതികൾക്ക് റൂപ്പർട്ടിനെ കൂടാതെ മൂന്നു പെൺമക്കൾ കൂടിയുണ്ടായി. ജാനറ്റ്, ആൻ, ഹെലൻ. ഷെൽ സണിലും ഇംഗ്ലണ്ടിലെ ഓക്സ്ഫഡിലുമായിരുന്നു റൂപ്പർട്ടിന്റെ വിദ്യാഭ്യാസം. അവിടെവെച്ച് കോളേജിലും പുറത്തുമുള്ള ചില പുസ്തക പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുമായി പരിചയമുണ്ടായി.

ആസ്ട്രേലിയയിൽ പിതാവ് ക്യാൻസർ ബാധിതനായി അന്തരിച്ചപ്പോൾ റൂപ്പർട്ട് മർഡോക്ക് ഓക്സ്ഫഡിൽ നിന്ന് തിരിച്ച് ആസ്ട്രേലിയയിലെത്തി കുടുംബ ബിസ്സിനസ്സായ ന്യൂസ് ലാവിറ്റഡിന്റെ സാരഥിയായി. അന്ന് അദ്ദേഹത്തിന് 21 വയസ്സാണ്. അവരുടെ പ്രധാനപ്പെട്ട പത്രമായിരുന്നു അഡ്വൈസ് ന്യൂസ്. റൂപ്പർട്ടിന്റെ ശ്രദ്ധ ഈ പത്രത്തിലാവുകയും പത്രവ്യവസായത്തെ വിപുലീകരിക്കുകയും ചെയ്തു. പെർത്തിലെ സൺഡെ ടൈംസ് വിലക്കുവാങ്ങിയായിരുന്നു തുടക്കം. വെസ്റ്റേൺ ആസ്ട്രേലിയയിൽ പ്രചാരമുള്ള പത്രമാണ് സൺഡെ ടൈംസ്. അടുത്ത വർഷങ്ങളിൽ സിഡ്നി ആഫ്റ്റർ നൂൺ ട്രാബ്ലായിഡ് ഡെയ്ലി മിറർ ഉൾപ്പെടെ ന്യൂ സൗത്ത് വെയിൽസ്, ക്യൂൻസ് ലാന്റ്, വിക്ടോറിയ നോർത്തേൺ ടെറിറ്ററി എന്നിവിടങ്ങളിലുള്ള പത്രങ്ങളെല്ലാം റൂപ്പർട്ടിന്റെ ഉടമസ്ഥതയിലായി. മർഡോക്കാണ് മോഡേൺ ട്രാബ്ലായിഡിന്റെ കണ്ടുപിടുത്തക്കാരൻ എന്നാണ് എക്കണോമിസ്റ്റ് പത്രം റിപ്പോർട്ട് ചെയ്തത്. കാരണം അദ്ദേഹം തന്റെ പത്രങ്ങളെ കെട്ടിലും മട്ടിലും മാറ്റി. ആദ്യത്തെ മാറ്റം പാരമ്പര്യങ്ങളിൽനിന്നു മാറ്റി ആകർഷകമായ തലക്കെട്ടുകളായിരുന്നു. പിന്നെ ജനപ്രിയമായ സ്പോർട്സ് റിപ്പോർട്ടുകളും ഫീച്ചറുകളും കൂട്ടി. ഒപ്പം സ്കാൻഡൽ കവറേജുകളും കൊടുത്ത് ന്യൂസ് സ്റ്റാൻഡുകളിൽ നിന്ന് ജനങ്ങളിലേക്ക് ഇടിച്ചുകയറി. 1964 ൽ ആസ്ട്രേലിയയിലെ നാഷണൽ ഡെയ്ലിയായ, ദി ആസ്ട്രേലിയൻ ആരംഭിച്ചു. കമ്പാനിയൻ ഓഫ് ദി ഓർഡർ ഓഫ് ആസ്ട്രേലിയ എന്ന ബഹുമതി പ്രസിദ്ധീകരണ രംഗത്തെ സേവനങ്ങൾക്കായി അദ്ദേഹത്തിനു ലഭിച്ചു.

### ഇംഗ്ലണ്ടിലേയ്ക്ക്

1968 ൽ ആണ് റൂപ്പർട്ട് മർഡോക്ക് ബ്രിട്ടീഷ് പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുടെ കമ്പോളത്തിലെത്തുന്നത്. ന്യൂസ് ഓഫ് ദി വേൾഡ് വാങ്ങിച്ചു കൊണ്ടായിരുന്നു അത്. അടുത്ത വർഷം തകർച്ചയിലേക്കു നീങ്ങിക്കൊണ്ടിരുന്ന ദി സൺ വിലയ്ക്കെടുത്തു. സണ്ണിനെ ട്രാബ്ലായിഡിലേക്കുമാറ്റുകയും ചെയ്തു. രണ്ടു പത്രങ്ങളുടെയും പ്രിന്റിംഗ് ഒരു പ്രസിഡലേക്കു മാറ്റിയാണ് അദ്ദേഹം വില കുറച്ചത്. എഡിറ്ററായ ആർബർട്ട് ലാറി ലാംസിനോട് മർഡോക്ക് നിർദ്ദേശിച്ചത് ഇങ്ങനെയാണ്. അലോസരപ്പെടുത്തുന്ന വാർത്തകൾ നിറച്ച് വായനക്കാരെ വെങ്കിളി പിടിപ്പിക്കുന്ന ഒരു പത്രമാണ് എനിക്ക് വേണ്ടത്. സൺ പത്തു ദശലക്ഷം വായനക്കാരുമായി വളർന്നു. 1981 ൽ

ഇംഗ്ലണ്ടിന്റെ അഭിമാനപത്രമായ ടൈംസ് സാമ്പത്തിക പ്രതിസന്ധിയിലായപ്പോൾ ഉടമയായ സൺ തോംസണിൽ നിന്ന് മർഡോക്ക് ഏറ്റെടുത്തു.

1986-ൽ മർഡോക്ക് ആസ്ട്രേലിയയിലും ബ്രിട്ടനിലും അമേരിക്കയിലുമുള്ള തന്റെ പത്ര സ്ഥാപനങ്ങൾ ഇലക്ട്രോണിക് പ്രൊഡക്ഷൻ സംവിധാനത്തിലേക്കുമാറ്റി. സ്വാഭാവികമായും അച്ചടിയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട രംഗങ്ങളിൽ തൊഴിലാളികൾക്ക് ജോലി നഷ്ടപ്പെടുന്ന അവസ്ഥ വന്നു. അത് തൊഴിൽ സംഘടനകളുമായുള്ള ഏറ്റുമുട്ടലുകൾക്ക് വഴിയൊരുക്കി. ഏറ്റവും ആധുനികമായ ഇലക്ട്രോണിക് പബ്ലിഷിംഗ് സംവിധാനമാണ് അദ്ദേഹം ഉപയോഗിച്ചത്. 6000 തൊഴിലാളികളാണ് തെരുവിലിറങ്ങിയത്. പണിമുടക്കുകളും, തെരുവുയുദ്ധങ്ങളോളം വരെ കാര്യങ്ങളെത്തി. ബ്രിട്ടീഷ് ട്രേഡ് യൂണിയൻ മൂവ്മെന്റിന്റെ അടിത്തറ ഇളകുമെന്ന അവസ്ഥവരെ എത്തി കാര്യങ്ങൾ. മർഡോക്ക് പാറ പോലെ ഉറച്ചു നിന്നു. പ്രശ്നം പ്രധാനമന്ത്രി മാർഗരറ്റ് തുടപെടേണ്ട അവസ്ഥയിലെത്തി, അതേസമയം മർഡോക്കിന്റെ പത്രങ്ങളെല്ലാം ഉരുക്കുവനിതയായ മാർഗരറ്റ് താച്ചറെ അനുകൂലിക്കുന്ന കാലമായിരുന്നു. ജോലി നഷ്ടപ്പെട്ട തൊഴിലാളികൾക്കെല്ലാം കൂടി 60 മില്യൺ പൗണ്ട് നഷ്ടപരിഹാരം നൽകിക്കൊണ്ടുള്ള ഒരു ഒത്തുതീർപ്പിൽ 1987 ഈ പ്രശ്നം അവസാനിച്ചു. സ്കൈ ടെലിവിഷൻ എന്ന പേരിൽ മർഡോക്കിന് ബ്രിട്ടൺ ആസ്ഥാനമായി ഉണ്ടായിരുന്ന സാറ്റലൈറ്റ് നെറ്റ് വർക്ക് നഷ്ടത്തിലായിരുന്നു. അദ്ദേഹത്തിന്റെ മറ്റു ബിസിനസ്സുകളുടെ ലാഭം സ്കൈ വിഴുങ്ങിക്കൊണ്ടിരുന്നു. മർഡോക്കിന് എതിരായി ബ്രിട്ടീഷ് സാറ്റലൈറ്റ് ബ്രോഡ്കാസ്റ്റിംഗ് എന്ന സാറ്റലൈറ്റ് ബ്രോഡ്കാസ്റ്റിംഗ് ഗ്രൂപ്പിനെ കൂട്ടുപിടിച്ച് ധാരണയിലായി. ഡെറക്ട് ടു ഹോം (DTH) എന്ന പുതിയ സംപ്രേഷണ രീതി നടപ്പിലാക്കി. ഇതിന്



ചിലവേറിയ കേബിൾ നെറ്റ് വർക്കിന്റെ ആവശ്യമില്ല. രണ്ടു കമ്പനികളും ചേർന്ന് ബി സ്കൈ ബി (b sky b) എന്ന പേരിലറിയപ്പെട്ടു. 1996 ൽ ബ്രിട്ടീഷ് പേ ടിവി മാർക്കറ്റ് (pay channel) നിലവിൽ വന്നു. ബി. സ്കൈ. ബി 3.6 മില്യൻ വരിക്കാരുമായി വളർന്നു. ഇംഗ്ലണ്ടിൽ അത് കേബിൾ ഉപഭോക്താക്കളെക്കാൾ മുന്നിരട്ടിയിലധികമായിരുന്നു!

2000 ൽ അച്ചടിരംഗത്ത് മാന്ദ്യം സംഭവിക്കുകയും ഓൺലൈൻ ജേർണലിസം സ്വാധീനം ചെലുത്തുകയും ചെയ്തപ്പോൾ മർഡോക്ക് കളം മാറ്റി. ഓൺലൈൻ ന്യൂസിലൂടെ വരുമാനം ഉണ്ടാക്കാൻ തുടങ്ങി, അതൊരു മൈക്രോ പേയ്മെന്റ് രീതിയായിരുന്നു.

### മർഡോക്ക് അമേരിക്കയിൽ

1973 ൽ സാൻ അന്റോണിയോ എക്സ്പ്രസ് ന്യൂസ് ഏറ്റെടുത്തുകൊണ്ടാണ് റൂപ്പർട്ട് മർഡോക്ക് അമേരിക്കൻ മാധ്യമ രംഗത്തെത്തുന്നത്. തുടർന്ന് സ്റ്റാർ സ്ഥാപിച്ചു. ഒരു സൂപ്പർ മാർക്കറ്റ് ട്രാബ്ലായിഡ് എന്നാണതിനെ വിളിച്ചത്. പിന്നീട് പ്രശസ്തമായ ന്യൂയോർക്ക് പോസ്റ്റ് വിലയ്ക്കുവാങ്ങി.

1985 ൽ മർഡോക്ക് അമേരിക്കൻ സിറ്റിസൺ ആയി. കാരണം യു.എസ്. സിറ്റിസൺഷിപ്പുള്ള വർക്കുമാത്രമേ അമേരിക്കയിൽനിന്ന് ടെലിവിഷൻ സ്റ്റേഷൻ തുടങ്ങുവാൻ അനുമതി ലഭിച്ചിരുന്നുള്ളൂ. അതുമൂലം അദ്ദേഹത്തിന് ആസ്ട്രേലിയൻ സിറ്റിസൺഷിപ്പ് നഷ്ടമാകുമെന്ന അവസ്ഥ വന്നു. 1984 മാർച്ചിൽ ലോകപ്രശസ്തമായ ട്രാബ്ലായിഡ് സെഞ്ചുറി ഫോക്സ് (20th century Fox) 250 മില്യൺ ഡോളറിന് മർഡോക്ക് വിലയ്ക്കുവാങ്ങി. തുടർന്ന് മെട്രോ മീഡിയ ടെലിവിഷൻ സ്റ്റേഷനുകളും. ഫോക്സ് കമ്പനികളുടെ കാതലായ ആറു ടെലിവിഷൻ സ്റ്റേഷനുകളാണ് മെട്രോമീഡിയയിൽ ഉണ്ടായിരുന്നത്. വളരെ പ്രശസ്ത ടെലിവിഷൻ പരമ്പരകളായ ദി സിംപ്സൺ, ദി എക്സ് ഫയൽസ് (The simpsons, The X - Files) എന്നിവ അതിലായിരുന്നു.

ഇംഗ്ലണ്ടിലെ സ്കൈ ടി.വി. വൻ നഷ്ടമുണ്ടാക്കിയെങ്കിലും ഡി.റ്റി. എച്ച് രക്ഷപെടുത്തി. 24 മണിക്കൂറും കേബിൾ ന്യൂസുമായി ഫോക്സ് ന്യൂസ് രംഗത്തെത്തി. CNN ന്റെ ഉടമയായ ട്രേഡ് ടർണറാണ് അന്ന് മർഡോക്കിന് ശക്തനായ എതിരാളിയായി ഉണ്ടായിരുന്നത്. അമേരിക്കയിലെ ഏറ്റവും വലിയ സാറ്റലൈറ്റ് ടെലിവിഷൻ സിസ്റ്റവും ഡയറക്ട് ടിവി യും ഹഗ്സ് ഇലക്ട്രോണിക്സിന്റേതായിരുന്നു. അതിന്റെ ഉടമസ്തർ പ്രശസ്തമായ ജനറൽ മോട്ടോർസും 6 ബില്യൻ അമേരിക്കൻ ഡോളറിന് മർഡോക്ക് ഹഗ്സ് ഇലക്ട്രോണിക്സിന്റെ 34 ശതമാനം ഓഹരികൾ വാങ്ങിച്ചു. ഈ ഫോക്സ് സ്റ്റുഡിയോ ടൈറ്റാനിക്കും അവതാറും പോലെയുള്ള ആഗോളതലത്തിൽ പണംവാരിയ ചിത്രങ്ങൾ നിർമ്മിച്ചു വിതരണം ചെയ്തു.

### സ്റ്റാർ ടി. വി.

ഹോങ്കോങ്ങ് ആസ്ഥാനമാക്കി റിച്ചാർഡ് ലി സ്ഥാപിച്ച ടെലിവിഷൻ സ്റ്റേഷനാണ് സ്റ്റാർ ടി.വി (Star - Satellite Television Asia Region) 1993 ൽ 1 ബില്യൻ ഡോളറിന് മർഡോക്ക് സ്റ്റാർ ടി.വി സ്വന്തമാക്കി. ഹോങ്കോങ്ങിൽ നിന്ന് ലോകവാർത്തകൾ ഇന്ത്യ, ചൈന, ജപ്പാൻ തുടങ്ങി 30 ഏഷ്യൻ രാജ്യങ്ങളിലേക്ക് സംപ്രേഷണം ചെയ്യാമെന്നായിരുന്നു വ്യവസ്ഥ. ഏഷ്യാ ഭൂഖണ്ഡം മുഴുവൻ ഓഫീസുകളുമായി



### റൂപ്പർട്ട് മാർഡോക്ക് (84)

മാതാപിതാക്കൾ	: കീത്ത് മാർഡോക്ക്-എലിസബത്ത് ജോയ്
ജനനം	: 11 മാർച്ച് 1931
മതം	: ക്രിസ്ത്യൻ
നാഷണാലിറ്റി	: അമേരിക്കൻ / ആസ്ട്രേലിയൻ
സിറ്റിസൺഷിപ്പ്	: യു.എസ്
ഉപരിപഠനം	: വോർക്കെസ്റ്റർ കോളജ്, ഓക്സ്ഫോഡ് (worcester College)
തൊഴിൽ	: ചെയർമാൻ, സി.ഇ.ഒ ന്യൂസ് കോർപ്പറേഷൻ (1979-2013) എക്സിക്യൂട്ടീവ് ചെയർമാൻ ന്യൂസ് കോർപ്പ് (2013 മുതൽ) ചെയർമാൻ, സി.ഇ.ഒ 21 സെഞ്ചുറി ഫോക്സ് (2013 മുതൽ)
ആസ്തി	: 14.9 ബില്യണിലധികം യു.എസ്. ഡോളർ (2014)
ബോർഡ് മെമ്പർ	: 21 സെഞ്ചുറി ഫോക്സ്, ന്യൂസ് കോർപ്പ്
ഭാര്യമാർ	(1) പെട്രീഷ്യ ബുക്കർ (1956-1967) 1 കുട്ടി - പ്രുഡൻസ് (2) അന്ന മാർഡോക്ക് (1967 -1999) 3 കുട്ടികൾ എലിസബത്ത്, ലാച്ച് ലാൻ, ജെയിംസ് (3) വെൻഡിയെങ്ങ് (1999-2013) 2 കുട്ടികൾ ഗ്രേസ്, ക്ലോ (Chloe)
അവാർഡ്	: കമ്പാനിയൻ ഓഫ് ദ ഓർഡർ ഓഫ് ആസ്ട്രേലിയ.





ഏറ്റവും വലിയ സാറ്റലൈറ്റ് നെറ്റ്വർക്ക് ആവുകയായിരുന്നു ലക്ഷ്യം. പക്ഷേ ചൈനീസ് ഗവൺമെന്റിന്റെ നിബന്ധനകൾ മർഡോക്കിന്റെ സ്വപ്നത്തിനു തടസ്സമായി. ചൈനാ മഹാരാജ്യത്തിന്റെ സിംഹ ഭാഗത്തും പ്രക്ഷേപണം തടഞ്ഞു. ഇന്ത്യയിൽ പ്രത്യേകിച്ച് ദക്ഷിണേന്ത്യയിൽ വേരുറപ്പിക്കുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ 'സ്റ്റാർ ഇന്ത്യ' എന്ന കമ്പനിയുണ്ടാക്കി. 2008-ൽ 'ഏഷ്യാനെറ്റ്'ന്റെ ഓഹരികൾ വാങ്ങി. മലയാളത്തിൽ 'ഏഷ്യാനെറ്റ്', തെലുങ്കിൽ 'സിതാര' കന്നടയിൽ 'സുവർണ്ണ' തമിഴിൽ 'സ്റ്റാർ വിജയ്' എന്നിവ മർഡോക്ക് തന്റെ അധീനതയിലാക്കി. വിദേശികളുടെ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ചാനലുകൾക്ക് വാർത്ത സംപ്രേഷണം ചെയ്യുവാൻ ഇന്ത്യയിൽ നിയമം അനുവദിക്കുന്നില്ല. ആയതിനാൽ 'ഏഷ്യാനെറ്റ് ന്യൂസ്' ഒഴികെയുള്ള ചാനലുകളാണ് മർഡോക്ക് വാങ്ങിയത്.

### വിവാഹങ്ങളും

### വിവാഹ മോചനങ്ങളും

1956 ൽ മർഡോക്ക് പെട്രീഷ്യ ബുക്കറിനെ വിവാഹം കഴിച്ചു. മെൽബണിലെ ഒരു കച്ചവട സ്ഥാപനത്തിലെ



### മർഡോക്കും ഭാര്യ വെൻഡിയെങ്ങും

ജീവനക്കാരിയും പിന്നീട് ഫ്ലൈറ്റ് അറ്റൻഡന്റുമായിരുന്നു പെട്രീഷ്യ. പെട്രീഷ്യയിൽ നിന്ന് വിവാഹ മോചനം നേടിയിട്ട് തന്റെ തന്നെ പത്രമായ ദി ഡെയ്ലി ടെലഗ്രാഫിന്റെ സിഡ്നി ഓഫീസിലെ ജേർണലിസ്റ്റായ അന്ന മരിയ ടോർവിനെ വിവാഹം കഴിച്ചു. 1999 ൽ അന്ന മർഡോക്ക് വിവാഹമോചനം നേടി, 1.2 ബില്യൻ അമേരിക്കൻ ഡോളർ നഷ്ടപരിഹാരം വാങ്ങിക്കൊണ്ട്. രണ്ടാം ഭാര്യയുടെ വിവാഹമോചനം കഴിഞ്ഞ് 17 ദിവസങ്ങൾക്കുശേഷം മർഡോക്ക് ചൈനീസ് വംശജയായ വെൻഡി ഡെങ്ങിനെ വിവാഹം ചെയ്തു. അപ്പോൾ മർഡോക്കിന് 68 ഉം വെൻഡിക്ക് 30 ഉം ആയിരുന്നു പ്രായം.

സ്റ്റാർ ടി.വി യുടെ ഇപ്പോഴത്തെ വൈസ് പ്രസിഡന്റാണ് വെൻഡി ഡെങ്. മർഡോക്കിന് മൂന്നു ഭാര്യമാരിലും കൂടി ആറു മക്കളുണ്ട്.

ഏറ്റവും പുതുതായി ലഭിച്ച വാർത്ത: മലയാളിയിലായ സാഹർ പി.വി. തുടങ്ങിവച്ച വിസിസർക്കിൾ എന്ന ഓൺലൈൻ പത്രവും മർഡോക്ക് സ്വന്തമാക്കി. തുക എത്രയെന്ന് പുറത്തു വിട്ടിട്ടില്ല.



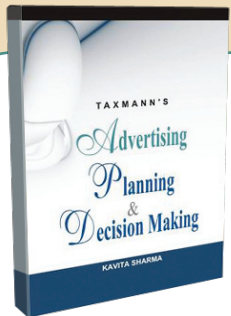
റൂപ്പെർട്ട് മർഡോക്കിനെ അടിസ്ഥാനമാക്കി നിർമ്മിച്ച ജയിംസ്ബോണ്ട് സിനിമയാണ് 1997-ൽ റിലീസ് ചെയ്ത "ടുമോറോ നെവർ ഡൈസ്" (Tomorrow Never Dies). ജയിംസ്ബോണ്ട് സീരീസിലെ 18-ാം മത്തെ സിനിമയാണിത്. പിയേഴ്സ് ബ്രോസ്നാൻ ആണീ ചിത്രത്തിൽ ജയിംസ്ബോണ്ടായി വേഷമിടുന്നത്.

കാർവർ മീഡിയാ ഗ്രൂപ്പ് നെറ്റ് വർക്ക് (CMGN) എന്ന മീഡിയാ സാമ്രാജ്യത്തിന്റെ തലവനാണ് വ്യവസായ പ്രമുഖനായ എലിയട്ട് കാർവർ. തന്റെ മീഡിയാ പവർ കൊണ്ടു ഭ്രാന്തു പിടിച്ച കാർവർ ഒരു 3-ാം ലോകമഹായുദ്ധത്തിലേക്ക് നയിക്കുന്ന അവസ്ഥയിലേത്തിരുന്നു. ബ്രിട്ടീഷ് ചാരനായ ജയിംസ്ബോണ്ട് 007 കാർവറുമായി ഏറ്റുമുട്ടുന്നതാണ് കഥ.

ബോണ്ട് സിനിമകളുടെയെല്ലാം പ്രൊഡ്യൂസർ ഇംഗ്ലണ്ടിലെ പച്ചക്കറി വ്യാപാരിയായ ആൽബർട്ട്

ആർ. ബ്രൂക്കോലിയാണ്. ബ്രൂക്കോലിയുടെ മരണ ശേഷം ബാർബറ ബ്രൂക്കോലിയും, മൈക്കൽ ജി. വിൽസണും ചേർന്നു നിർമ്മിച്ച ചിത്രമാണ് ടുമോറോ നെവർ ഡൈസ്. ഇംഗ്ലണ്ട്, ഫ്രാൻസ്, തായ്‌ലന്റ്, ജർമ്മനി, മെക്സിക്കോ തുടങ്ങിയ ലോക്കേഷനുകളിലാണ് ചിത്രീകരണം നടന്നത്. മികച്ച ബോക്സോഫീസ് വിജയം നേടിയ 'ടുമോറോ നെവർ ഡൈസ്' 'ഗോൾഡൻ ഗ്ലോബ്' നോമിനേഷൻ വരെ എത്തി. പിയേഴ്സ് ബ്രോസ്നാന്റെ നമ്പർ വൺ ആയി ബോക്സോഫീസിൽ റിലീസ് ചെയ്യാത്ത ഏക ചിത്രമായിരുന്നു ഇത്. അതിന്റെ കാരണം 1997-ൽ ഈ ചിത്രം റിലീസ് ചെയ്ത അതേ ദിവസം തന്നെ ആയിരുന്നു 'ടൈറ്റാനിക്' സിനിമയും റിലീസ് ചെയ്തത്. പക്ഷേ ടുമോറോ നെവർ ഡൈസ് 2-ാം സ്ഥാനത്തിൽ തുടർന്നു.

ഇയാൻ ഫെർമിന്റെ ബോണ്ട് കഥ ബേസിൽ ബ്രൂസ് ഫിത്സ്റ്റീൻ എഴുതി റോഗർ സ്പോട്ടിഷ് വുഡ് സംവിധാനം ചെയ്ത ടുമോറോ നെവർ ഡൈസ് 1997 ഡിസംബർ 6 നു ലണ്ടനിലും, ഡിസംബർ 12നു യു.കെ. മുഴുവനും റിലീസ് ചെയ്തു. 119 മിനിറ്റ് ദൈർഘ്യമുള്ള സിനിമയ്ക്ക് 110 മില്യൺ ഡോളറാണ് ചിലവ്. ബോക്സോഫീസിൽ നേടിയത് 333,011,068 ഡോളറും.



KAVITHA SHARMA

### Advertising Planning & Decision Making

എന്ന പുസ്തകം പ്രധാനമായും B.Com, BBA, MBA വിദ്യാർത്ഥികളെ ലക്ഷ്യം വെച്ചുകൊണ്ടാണ് രചിച്ചിരിക്കുന്നത്. കേസ് സ്റ്റഡികളിലൂടെയും ഉദാഹരണങ്ങളിലൂടെയും അഡർട്ടൈസിംഗിനെക്കുറിച്ചും അതിന്റെ വിവിധ പ്രവർത്തന മേഖലകളെക്കുറിച്ചും ഇവിടെ വിവരിക്കുന്നു. അഡർട്ടൈസിംഗ് ഉപയോഗിച്ചുകൊണ്ട് ഇന്ത്യൻ വിപണിയിൽ ഒരു പുതിയ പ്രോഡക്ടിനെ വിജയിപ്പിക്കുവാൻ എങ്ങനെ എന്തൊക്കെ മാർഗ്ഗങ്ങൾ സ്വീകരിക്കാം തുടങ്ങിയ കാര്യങ്ങളും

ഇവിടെ ചർച്ച ചെയ്യുന്നു. പതിനഞ്ച് ഭാഗങ്ങളായി തരംതിരിച്ചിരിക്കുന്ന പുസ്തകത്തിലെ രണ്ടു ഭാഗങ്ങൾ മാർക്കറ്റിങ്ങിനെ അടിസ്ഥാനമാക്കിയുള്ളവയാണ്. ബാക്കിയുള്ളവ അഡർട്ടൈസിംഗിനേയും പൊസിഷനിങ്ങിനേയും അടിസ്ഥാനമാക്കുന്നു. എല്ലാ ഭാഗങ്ങളും തുടങ്ങുന്നത് ഒരു കഥയോടുകൂടിയാണ്. അതുകൊണ്ട് ഈ അവതരണരീതി വിദ്യാർത്ഥികളെ ആകർഷിക്കുവാനും സഹായിക്കുന്നു. അഡർട്ടൈസിംഗിനെ ഒരു പ്രമോഷൻ ടൂളായ് ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ നേരിടാൻ സാധ്യതയുള്ള നിയമപരവും സാങ്കേതികമായുള്ളതുമായ പ്രശ്നങ്ങളെ എങ്ങനെയെല്ലാം നേരിടണമെന്നും ഇവിടെ പറയുന്നു. 392 പേജുകളുള്ള പുസ്തകം Taxmann Publication പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്നു. വില 345 രൂപ.

### പുസ്തക പരിചയം





# വിശ്വാസം എല്ലാമാക്കിയ പോരാളി

വി. എ ശ്രീകുമാർ മേനോൻ

ഋതുഭേദങ്ങൾ പോലെയാണ് ചില ജീവിത മുഹൂർത്തങ്ങൾ. ചില അനുഭവങ്ങൾ നമ്മെ വല്ലാതെ പൊള്ളിക്കും. ചിലത് കുളിർമഴ പോലെ തണുപ്പിക്കും. ഇനിയും ചിലത് പൂക്കാലം സമ്മാനിക്കും. മറ്റു ചിലത് ശിശിരം പോലെ, കരിയിലകളെയെല്ലാം പൊഴിച്ചു കളഞ്ഞ് പുത്തൻ പ്രതീക്ഷയുടെ നാമ്പുകൾ സമ്മാനിച്ച് അങ്ങനെ...

ഋതുഭേദങ്ങൾ പോലെയാണ് ചില ജീവിത മുഹൂർത്തങ്ങൾ. ചില അനുഭവങ്ങൾ നമ്മെ വല്ലാതെ പൊള്ളിക്കും. ചിലത് കുളിർമഴ പോലെ തണുപ്പിക്കും. ഇനിയും ചിലത് പൂക്കാലം സമ്മാനിക്കും. മറ്റു ചിലത് ശിശിരം പോലെ, കരിയിലകളെയെല്ലാം പൊഴിച്ചു കളഞ്ഞ് പുത്തൻ പ്രതീക്ഷയുടെ നാമ്പുകൾ സമ്മാനിച്ച് അങ്ങനെ... തിരക്കുകളിൽ നിന്ന് തിരക്കുകളിലേക്ക് ജീവിതം യന്ത്രവേഗത്തിൽ ചലിക്കുമ്പോൾ പലരും ജീവിതത്തിലെ ഈ ഋതുഭേദങ്ങളൊന്നും അറിയാറുപോലുമില്ല. എന്നാൽ പൂഷ് ഇന്റഗ്രേഡ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻസിന്റെ മാനേജിങ് ഡയറക്ടർ വി. എ. ശ്രീകുമാർ മേനോൻ ജീവിതത്തിലെ ഋതുഭേദങ്ങളെ അതിന്റെ എല്ലാ തീക്ഷ്ണതയോടെയും അനുഭവിച്ചറിഞ്ഞൊരു വ്യക്തിയാണ്. ജീവിതത്തിലെ ആരോഹണ അവരോഹണങ്ങളിൽ കാലിടറാതെ, നിശ്ചയദാർഢ്യത്തോടെ മുന്നോട്ടുപോയി വിജയിച്ച മനുഷ്യൻ. ജീവിതാനുഭവങ്ങളുടെ ദുർഘടമായ വീഥികളിൽ, പാതിവഴിയിൽ കാലിടറി പോവുന്നവർക്ക് ഒരു ഫീനിക്സ് പക്ഷിയെ പോലെ നഷ്ടങ്ങളുടെ ചാരകുമ്പാരത്തിൽ നിന്ന് ഉയിർത്തെഴുന്നേൽക്കാൻ പ്രചോദനമാവുന്നൊരു വ്യക്തിത്വം. ജീവിതത്തിൽ തോറ്റു പിന്മാറുന്നവരോട് നമ്മുക്ക് സഹായം പറയാം, വി. എ ശ്രീകുമാർ മേനോൻ എന്ന പോരാളിയെ കണ്ടു പഠിക്കു എന്ന്...

പ്രമാണിയായി ജനിച്ഛാരാൾ യൗവ്വനം അതിന്റെ എല്ലാ തീക്ഷ്ണതയോടെയും നിൽക്കുന്ന കാലത്ത് കോടികളുടെ കടക്കണിയിൽ പെടുന്നു. പക്ഷേ നിരാശയിലേക്കു വീണുപോവാൻ അനുവദിക്കാത്ത മനസ്സ് ആ യുവാവിനെ മുന്നോട്ടു നയിക്കുന്നു. പോരാളിയുടെ മനസ്സ് അയാളെ വിജയത്തിലേക്കു തന്നെ കൈപിടിച്ചു ഉയർത്തി. പിന്നീട് ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും പ്രശസ്തരായ പരസ്യസംവിധായകരുടെ പട്ടികയിൽ കാലം ആ പേരു കുറിച്ചിടുന്നു- ഇത് കല്യാണിന്റെയും മണപ്പുറത്തിന്റെയുമെല്ലാം പരസ്യങ്ങളിലൂടെ ഇന്ത്യയൊട്ടാകെ പ്രശസ്തനായ ശ്രീകുമാർ മേനോൻ എന്ന പരസ്യസംവിധായകന്റെ ജീവിതകഥയുടെ വൺലൈൻ മാത്രമാണ്. പക്ഷേ ഒരു വൺലൈനിൽ ഒതുക്കാൻ കഴിയുന്ന ഒന്നല്ല അയാൾ ജീവിച്ച ജീവിതം. ആരും കാണാതെ പൊഴിച്ച കണ്ണുനീർ, മനസ്സിലെ മുറിവുകൾ, പ്രാണൻ പിടയുന്ന വിങ്ങൽ.... എല്ലാറ്റിനും അപ്പുറം കെടാതെ അയാൾ കാത്തു സൂക്ഷിച്ച ഒന്ന്, മരുഭൂമിയിലെ മരുപച്ച പോലെ അക്കാലമത്രയും തനിക്ക് പ്രതീക്ഷ നൽകിയൊരു വെളിച്ചം- അതിനെ ശ്രീകുമാർ വിളിച്ച ചെല്ലപ്പേരായിരുന്നു വിശ്വാസം എന്നത്. വിശ്വാസം അതല്ലെ എല്ലാം എന്ന ടാഗ് ലൈൻ പിന്നീട് മലയാളക്കര മുഴുവൻ ഏറ്റു പാടിയപ്പോൾ ഒരു പോരാളിയ്ക്കു മാത്രം കഴിയുന്ന ആത്മവിശ്വാസത്തോ

ടെ ജീവിതത്തെ നോക്കി അയാൾ പുഞ്ചിരിച്ചു. ഇത് ആ കഥയാണ്, വിശ്വാസം ഒരു മനുഷ്യന്റെ ഏറ്റവും വലിയ കരുത്തായി പരിണമിച്ച കഥ.

വിശ്വാസം അതല്ലെ എല്ലാം എന്ന ടാഗ് ലൈൻ പിന്നീട് മലയാളക്കര മുഴുവൻ ഏറ്റു പാടിയപ്പോൾ ഒരു പോരാളിയ്ക്കു മാത്രം കഴിയുന്ന ആത്മ വിശ്വാസത്തോടെ ജീവിതത്തെ നോക്കി അയാൾ പുഞ്ചിരിച്ചു.

**മഴക്കാലം പോലെ യൗവ്വനം!**  
പാലക്കാട്ടെ പുത്തൂരിലെ പേരുകേട്ട വെള്ളോലി തറവാട്ടിലാണ് ശ്രീകുമാർ ജനിച്ചത്. കണ്ണത്താ ദുരത്തോളം ഭൂമിയും അതിൽ കൃഷിയുമൊക്കെയുള്ള കുടുംബം. പുത്തൂരിലെ പ്രമാണിയായ രാവുണ്ണിപണിക്കരുടെ കൊച്ചുമകനായ ശ്രീകുമാറും ഒരു പ്രമാണിയായിട്ടു തന്നെയാണ് വളർന്നത്. ധനലക്ഷ്മി ബാങ്കിന്റെ ചീഫ് മാനേജറായ അച്ഛൻ അരവിന്ദാക്ഷ മേനോനും അധ്യാപികയായ രത്നവല്ലി മേനോന്റെയും മകൻ. പാലക്കാട് വിക്ടോറിയ കോളേജിലും ഒറ്റപ്പാലം എൻ എസ് എസ് കോളേജിലുമായി ക്യാംപസ് ജീവിതം പൂർത്തിയാക്കുമ്പോൾ ചാർട്ടേഡ് അക്കൗണ്ടന്റ് ആവുക എന്നതായിരുന്നു ശ്രീകുമാറിന്റെ ലക്ഷ്യം. കൂട്ടിക്കാലം മുതലെ ഉള്ളിലുള്ള സാഹിത്യഭിരുചി കവിതയെഴുത്തിനോടുള്ള പ്രണയമായി മാറിയതും ഇക്കാലത്തു തന്നെ. അന്ന് ശ്രീകുമാറിന് രണ്ട് പ്രണയങ്ങളുണ്ടായിരുന്നു, ഒന്ന് സാഹിത്യത്തോടും മറ്റൊന്ന് ശർമ്മിയോടും. സാഹിത്യവും അക്കൗണ്ടൻസിയും തമ്മിൽ ചേർന്നു പോവില്ലെന്ന തോന്നൽ വന്നതോടെ ആ ലക്ഷ്യം ശ്രീകുമാർ പാതി വഴിയിൽ ഉപേക്ഷിച്ചു. പക്ഷേ പ്രണയിനി ശർമ്മിയെ സ്വന്തമാക്കണമെങ്കിൽ നല്ലൊരു ജോലിയില്ലാതെ പറ്റില്ലതാനും. വിക്ടോറിയ കോളേജിലെ ജൂനിയറായി പഠിച്ചൊരു സുഹൃത്താണ് ഒരു പരസ്യ ഏജൻസി തുടങ്ങിക്കൂടെ എന്ന് ശ്രീകുമാറിനോട് ചോദിക്കുന്നത്. ക്രിയേറ്റീവ് ആയി എന്തെങ്കിലുമൊക്കെ ചെയ്യണമെന്നാഗ്രഹമുള്ള ശ്രീകുമാറിന് ആ ആശയം ഇഷ്ടപ്പെട്ടു. ഏജൻസിയ്ക്ക് എന്തു പേരിടണമെന്ന് തല പുകച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുമ്പോഴാണ് കൂട്ടുകാരന്റെ ടീഷർട്ടിലെ ആ പേര് ശ്രീകുമാർ കണ്ടത്-കളേഴ്സ് ഓഫ് ദ വേൾഡ്.

ഏതൊരു ഏജൻസിയ്ക്കും കിട്ടാവുന്നതിനേക്കാൾ നല്ലൊരു തുടക്കം തന്നെ കളേഴ്സ് ഓഫ് ദ വേൾഡിനു ലഭിച്ചു. ശ്രീകുമാറിന്റെ ബന്ധുബലമായിരുന്നു അതിനു പിന്നിലെ പ്രധാന കാരണങ്ങളിൽ ഒന്ന്. പാലക്കാട് ടൗണിലെ ജമാൽ ആൻഡ് സൺസിനു വേണ്ടിയായിരുന്നു ശ്രീകുമാറിന്റെ ആദ്യത്തെ പരസ്യം. നെടുങ്ങാടി സാരി

പാരഡൈസ് അങ്ങനെ ധാരാളം ക്ലൈന്റുകൾ... ഓരോ ക്ലൈന്റും ശ്രീകുമാറിന്റെ ആത്മവിശ്വാസം കൂട്ടിക്കൊണ്ടിരുന്നു. അപ്പോഴായിരുന്നു ദൈവദൂതനെ പോലെ ഒരാൾ കളേഴ്സ് ഓഫ് ദ വേൾഡിലേക്ക് കയറി ചെന്നത്. മാഞ്ചിയം നിക്ഷേപപദ്ധതിയെന്നൊരു വലിയ ബിസിനസ്സ് സംരംഭവുമായി. അഞ്ചുകോടി രൂപ - അതായിരുന്നു പരസ്യങ്ങളുടെ ബഡ്ജറ്റ്. അക്കാലത്ത് ഏതു ഏജൻസിയും കൊതിക്കുന്നത്രയും വലിയൊരു ബഡ്ജറ്റ് ആയിരുന്നു അത്. ആ പരസ്യ കാമ്പെയ്നു വേണ്ടി നല്ല കഴിവുള്ളൊരു ടീമിനെ തന്നെ ശ്രീകുമാർ നിയോഗിച്ചു. ആൾ ബലം കൊണ്ടും ബിസിനസ്സ് കൊണ്ടും കളേഴ്സ് ഓഫ് ദ വേൾഡ് വലുതായി. എല്ലാ ഏജൻസികളും അതിശയത്തോടെ ഉറ്റുനോക്കി കൊണ്ടിരുന്നൊരു വളർച്ചയായിരുന്നു അത്. ഭൂമിയെ സ്നേഹിക്കു, ഭൂമിയിൽ നിക്ഷേപിക്കു എന്ന ശ്രീകുമാർ എഴുതിയ ടാഗ് ലൈൻ ഏറെ ജനശ്രദ്ധ നേടി. 10000 രൂപ നിക്ഷേപിച്ചാൽ രണ്ടു സെന്റ് ഭൂമി രജിസ്ട്രർ ചെയ്തു കൊടുക്കുന്നതായിരുന്നു മാഞ്ചിയം പദ്ധതി. അതോടെ ആറുമാസം കൊണ്ട് മാഞ്ചിയം ഹിറ്റ്. അസുയാവഹമായ ആ വിജയത്തിന്റെ നാളുകളിൽ ഇരട്ടിമധുരം സമ്മാനിച്ച് ശർമ്മിയും അതിനകം ശ്രീകുമാറിന്റെ നല്ല പാതിയായി ജീവിതത്തിലേക്ക് കടന്നു വന്നിരുന്നു. നന്നുത്ത ഓർമ്മകളുടെ, സന്തോഷത്തിന്റെ മഴക്കാലമായിരുന്നു ശ്രീകുമാറിന് അക്കാലം.

**ആത്മാവോളം പൊള്ളിച്ച് വേനലെത്തുന്നു...**  
പെട്ടെന്നാണ് കാര്യങ്ങൾ മാറിമറിഞ്ഞത്. മാഞ്ചിയം പദ്ധതി പരാജയപ്പെടുന്നു. പരാതികളുമായി ജനങ്ങൾ രംഗത്തിറങ്ങി. പൊലീസ് റെയ്ഡ്. ഒടുവിൽ മാഞ്ചിയംക്കാരനെ പൊലീസ് പൊക്കി, ജയിലിൽ അടച്ചു. രണ്ടു കോടിയോളം രൂപ ശ്രീകുമാറിനു കൊടുക്കാനുള്ളപ്പോഴാണ് അയാൾ ജയിലിൽ ആവുന്നത്. പരസ്യങ്ങളുടെ പേയ്മെന്റ് ശ്രീകുമാർ ചെക്കുകളായി പത്രങ്ങൾക്ക് കൊടുത്തു കഴിഞ്ഞിരുന്നു. താമസിയാതെ ചെക്കുകൾ ഓരോന്നായി ബൗൺസായി തുടങ്ങി. കൂടെയുണ്ടായിരുന്ന കൂട്ടുകാരൻ സാഹചര്യങ്ങളുടെ സമ്മർദ്ദം സഹിക്കാനാവാതെ നാടുവിട്ട് ഗൾഫിലേക്കു പറന്നു. സൈനിങ് അതോറിറ്റിയായ ശ്രീകുമാറിന്റെ തലയിലായി എല്ലാ കേസുകളും. ആറു മാസം കൊണ്ട് തിരുവനന്തപുരം മുതൽ കോഴിക്കോടു വരെയുള്ള കോടതികളിലായി 138 ചെക്ക് കേസുകളാണ് ശ്രീകുമാറിന്റെ പേരിൽ രജിസ്റ്റർ ചെയ്തത്. കേസു തീർക്കാൻ കടം വാങ്ങിയ പണത്തിന്റെ പലിശ ഏഴു കോടി കവിഞ്ഞു. കാലിനടിയിലെ ഭൂമി പോലും വിണ്ടു കീറിയതു പോലെയാണ് ശ്രീകുമാറിനു തോന്നിയത്. ശരീരമാസകലം ചുട്ടുപൊള്ളിക്കുന്ന ഒരു വേനൽക്കാലം പോലെ... ഒന്നു കണ്ണടച്ചാൽ ഇപ്പോഴും

രണ്ടു വഴികളെ ശ്രീകുമാറിനു മുന്നിലുണ്ടായിരുന്നുള്ളു ഉള്ളതെല്ലാം നഷ്ടപ്പെടുത്തി തോറ്റു പിന്മാറുക. അല്ലെങ്കിൽ അതിജീവിക്കുക. പ്രശ്നങ്ങളിൽ നിന്ന് ഒളിച്ചോടാതെ, അവയെ മുഖാമുഖം നിന്ന് നേരിടുക അതാണ് ശ്രീകുമാർ പഠിച്ച അതിജീവനത്തിന്റെ ആദ്യപാഠം.

ശ്രീകുമാറിനു കാണാം, കാൽപാദങ്ങളെ പൊള്ളിക്കുന്ന വെല്ലുവിളികളുടെ ഒരു മൈതാനം... അവിടെ നിസ്സഹായനായി, ഇനിയെന്തു ചെയ്യണമെന്നറിയാതെ നിൽക്കുന്ന ഒരു മനുഷ്യനെയും... രണ്ടു വഴികളെ ശ്രീകുമാറിനു മുന്നിലുണ്ടായിരുന്നുള്ളു; ഉള്ളതെല്ലാം നഷ്ടപ്പെടുത്തി തോറ്റു പിന്മാറുക. അല്ലെങ്കിൽ അതിജീവിക്കുക. പ്രശ്നങ്ങളിൽ നിന്ന് ഒളിച്ചോടാതെ, അവയെ മുഖാമുഖം നിന്ന് നേരിടുക അതാണ് ശ്രീകുമാർ പഠിച്ച അതിജീവനത്തിന്റെ ആദ്യപാഠം.



### ഇലകൾ പൊഴിച്ച് പുതുമനയ്ക്കുള്ള ശിശിരം...

മനസ്സു പോലും മരവിപ്പിക്കും മഞ്ഞുകാലം ചിലപ്പോൾ... അത്തരമൊരു കാലമായിരുന്നു അത്. മനസ്സു മരവിച്ച നിരവധി കാഴ്ചകൾ ശ്രീകുമാർ കണ്ടു. ഇന്നലെ വരെ കൂടെ നിന്ന പലരും കാണിക്കുന്ന സഹതാപം.... കടക്കാരുടെ ധർഷ്ട്യം.... ശർമിയുടെ നിസ്സഹായത... എല്ലാറ്റിനും അപ്പുറം ശ്രീകുമാറിന്റെ മനസ്സിലുണ്ട് എല്ലാവർക്കും മുന്നിൽ തലയുയർത്തി മാത്രം ശീലിച്ച അച്ഛന്റെ വിഷമമാണ്.... ഒരു ആയുഷ്കാലമത്രയും ഒരു ചില്ലിക്കാശുപോലും ആരോടും കടം വാങ്ങാതെ ജീവിച്ച ആ അച്ഛൻ, തന്റെ പേരിൽ കടക്കാരുടെ മുന്നിൽ തല കുനിക്കുന്നു - അത്രയും പൊള്ളിച്ച ജീവിതമുഹൂർത്തം മറ്റൊന്നില്ല-ശ്രീകുമാർ പറയുന്നു. അഭിമാനത്തിന് പ്രാണനേക്കാൾ വില നൽകുന്ന ആ വലിയ മനുഷ്യൻ മകന്റെ കടം തീർക്കാൻ വേണ്ടി സ്വത്തുകൾ ഭാഗം വെച്ചു നൽകി. ഇന്ന് 40 കോടിയോളം രൂപ വില മതിക്കുന്ന ഭൂമിയാണ് അന്ന് നിസ്സാരമായ വിലയ്ക്ക് വിറ്റഴിക്കപ്പെട്ടത്. അച്ഛൻ മരിച്ച സമയത്ത്, ശവദാഹത്തിനെത്തിയ ശ്രീകുമാറിനെ കാത്ത് പോലീസുകാർ അറസ്റ്റ് വാറണ്ടുമായി കാത്തുനിൽക്കുകയായിരുന്നു!



കടങ്ങളൊക്കെ ഒരുവിധം വീട്ടിയപ്പോൾ ശ്രീകുമാർ പരസ്യരംഗത്തേക്കു തന്നെ മടങ്ങിയെത്തി. എല്ലാം നഷ്ടമാക്കിയ ഒരു ചുതാട്ട കളരിയിൽ വീണ്ടുമൊരു അങ്കത്തിനൊരുങ്ങുന്ന പോരാളിയുടെ മനസ്സോടെയായിരുന്നു ആ മടങ്ങിവരവ്. വേദനകൾക്കിടയിലും ശ്രീകുമാറിന്റെ മനസ്സിലെ ആത്മവിശ്വാസത്തിന്റെ തിരിനാളം അടുത്തറിഞ്ഞ ശർമിള, വീട്ടുകാര്യങ്ങളുടെ സമ്മർദ്ദങ്ങളിലേക്കോ പരിവേഷളിലേക്കോ ശ്രീകുമാറിനെ തള്ളിയിടാതെ ഒരു നിഴൽ പോലെ കൂടെ തന്നെ നിന്നു. ചെറിയ ചെറിയ പരസ്യങ്ങളിലൂടെ വീണ്ടും പരസ്യരംഗത്ത് സജീവമായി തുടങ്ങി. ആത്മവിശ്വാസത്തിനൊപ്പം തന്നെ ദൈവവിശ്വാസവും ഇടയ്ക്കെപ്പോഴോ ശ്രീകുമാറിന്റെ കരുത്തായി മാറിയിട്ടുണ്ടായിരുന്നു. ആത്മീയ കാര്യങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് തട്ടകത്തെ പുത്തൂർ ക്ഷേത്രത്തിന്റെ നടത്തിപ്പിലും മറ്റും ചെറിയ ഇടപെടലുകൾ ശ്രീകുമാറിന്റെ ഭാഗത്തു നിന്നുണ്ടായിരുന്നു. ക്ഷേത്രത്തിന് സംഭാവന ചോദിക്കാൻ കല്യാൺ ജല്ലറിയുടെ രമേശിന് അരികിൽ പോയത് ശ്രീകുമാറിന്റെ കരിയറിലെ മറ്റൊരു നിയോഗമായി മാറുകയായിരുന്നു.

ഗോൾഡ് സ്പാർക്കിനായി ശ്രീകുമാർ ചെയ്ത പരസ്യം ലോക്കൽ ചാനലുകളിൽ വരുന്നത് രമേശ് കണ്ടിരുന്നു. ആ സമയത്താണ് പെരിന്തൽമണ്ണയിൽ കല്യാണിന്റെ മൂന്നാമത്തെ ജല്ലറി തുറക്കുന്നതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ആലോചനകൾ നടക്കുന്നത്. അതിന്റെ ക്യാമ്പെയ്ൻ അൽപ്പം പുതുമയോടെ അവതരിപ്പിക്കാമോ എന്ന രമേശിന്റെ ചോദ്യം ശ്രീകുമാറിനു മുന്നിൽ പുതിയൊരു വാതിൽ തുറന്നു. 'പെരിന്തൽമണ്ണയിലെ ഏറ്റവും വലിയ കട' എന്ന ശ്രീകുമാറിന്റെ ആശയം കല്യാണിന് ഇഷ്ടമായി. ഒരു പുതിയ സുഹൃത്ബന്ധത്തിന്റെ തുടക്കമായിരുന്നു അത്. മൂന്നു ബ്രാഞ്ചും 40 കോടി രൂപയുമായിരുന്നു അന്ന് കല്യാണിന്റെ ടേൺ

ഓവർ. ഇന്ന് 50 ന് അടുത്ത് ബ്രാഞ്ചുകളും 10000 കോടിയിലേറെ ആസ്തിയുമുണ്ട് കല്യാണിന്. ചിലർ ചേർന്നു നിൽക്കുമ്പോൾ വിജയത്തിന് പത്തരമാറ്റാണ് തിളക്കം. ശ്രീകുമാറും കല്യാണും കല്യാൺ സ്വാമിയുമെല്ലാം ചേർന്നു നിൽക്കുമ്പോൾ ആ പൊന്നിൻതിളക്കം ചുറ്റുമുള്ളവർക്ക് മനസ്സിലാവുന്നതും അതുകൊണ്ടാണ്.

### വിജയത്തിന്റെ വസന്തകാലം

ഇന്ന് സെലബ്രിറ്റി താരങ്ങളെ വെച്ച് ദക്ഷിണേന്ത്യൻ ഭാഷകളിലും ഹിന്ദിയിലും ഏറ്റവും കൂടുതൽ പരസ്യം ചെയ്യുന്ന പരസ്യസംവിധായകൻ എന്ന ബഹുമതി ശ്രീകുമാറിനു മാത്രം അവകാശപ്പെടാവുന്ന ഒന്നാണ്. അമിതാഭ് ബച്ചൻ, ഐശ്വര്യാരായി, നാഗാർജ്ജുന, പ്രഭു, മമ്മൂട്ടി, മോഹൻലാൽ, ദിലീപ്, പുനീത് രാജ്കുമാർ, മഞ്ജുവാര്യർ, അക്ഷയ് കുമാർ തുടങ്ങി സെലബ്രിറ്റി

സാന്നിധ്യം കൊണ്ട് സമ്പന്നമാണ് ശ്രീകുമാറിന്റെ ഓരോ പരസ്യക്യാമ്പെയ്നുകളും. സിസിഎല്ലിനു വേണ്ടി വേണ്ടി ചെയ്ത പരസ്യങ്ങൾ 2014 ൽ ശ്രീകുമാറിനെ ഇന്ത്യയൊട്ടാകെ ശ്രദ്ധിക്കപ്പെടുന്നൊരു സാന്നിധ്യമാക്കി മാറ്റി. ഒരു വർഷം ഏതാണ്ട് 350 കോടിയിലേറെ രൂപയുടെ പരസ്യം കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നുണ്ട് ശ്രീകുമാറിന്റെ പുഷ് ഇന്റഗ്രേറ്റഡ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ. അഹമ്മദാബാദ്, ഹൈദരാബാദ്, മുംബൈ, ചെന്നൈ, ബാംഗ്ലൂർ, കൊച്ചി, പാലക്കാട്, തൃശൂർ, ദോഹ, കൊളംബോ, ഇസ്താൻബുൾ എന്നിവിടങ്ങളിലൊക്കെ ബ്രാഞ്ചുകളുള്ള പുഷ് ഇന്റഗ്രേറ്റഡ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷനൊപ്പം വിജയത്തിന്റെ ഒരു വസന്തകാലമാഘോഷിക്കുകയാണ് ഇന്ന് ശ്രീകുമാർ. കല്യാൺ ജലേഴ്സിനു പുറമേ എ.വി തോമസ് ആന്റ് കമ്പനി, കലാനികേതൻ, എവിറ്റി പ്രീമിയം, ശോഭാ റെസ്റ്റോറന്റ്, മണപ്പുറം ഫിനാൻസ്, ഷാൻഡേഴ്സ് ഡവലപ്പേഴ്സ്, റാംഗ്ളർ ജീൻസ് എന്നീ പ്രമുഖ കമ്പനികൾ പുഷ് ഇന്റഗ്രേറ്റഡ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷന്റെ ക്ലൈന്റുകളാണ്.

ഏറെനാളായി മനസ്സിൽ കൊണ്ടു നടക്കുന്ന വലിയൊരു സ്വപ്നം കൂടി സാക്ഷാത്കരിക്കാനുള്ള ഒരുക്കത്തിലാണ് ശ്രീകുമാർ. മോഹൻലാലിനെ ഭീമനാക്കി, അമിതാഭ് ബച്ചനെ ഭീഷ്മനാക്കി, ഐശ്വര്യാരായിയെ ദ്രൗപതിയാക്കി, വിക്രമിനെ അർജുനനാക്കി എന്തിയുടെ തിരക്കഥയിൽ രണ്ടാമുഴം സിനിമയാക്കാനുള്ള തയ്യാറെടുപ്പിലാണ് ശ്രീകുമാർ. ഇതുവരെ താരനിർണയം പൂർത്തിയായിട്ടില്ലാത്ത സിനിമയിൽ നാഗാർജ്ജുനയ്ക്കും ഒരു പ്രധാന വേഷമുണ്ട്. രണ്ടു ഭാഗങ്ങളായിട്ടായിരിക്കും സിനിമ പുറത്തിറങ്ങുന്നത്. പ്രമുഖ ഛായാഗ്രാഹകൻ കെ.യു ശ്രീകുമാർ, സംഗീത മാന്ത്രികൻ ഏ. ആർ. റഹ്മാൻ തുടങ്ങിയവരൊക്കെ സിനിമയുടെ അണിയറയിലുണ്ടാവും. ലോകനിലവാരമുള്ള സാങ്കേതിക തനിമയോടെ പുറത്തിറക്കാനുദ്ദേശിക്കുന്ന ഈ സിനിമയെ ഏറെ പ്രതീക്ഷയോടെയാണ് ലോകം ഉറ്റുനോക്കുന്നത്. 250 കോടിയോളം മുതൽമുടക്കു പ്രതീക്ഷിക്കുന്ന ഈ ബ്രഹ്മാണ്ഡ സിനിമയെ എങ്ങനെയാവും ശ്രീകുമാർ സമീപിക്കുക എന്ന ആകാംക്ഷയാണ് ആ കണ്ണുകളിലെല്ലാം തന്നെ. എന്നാൽ ശ്രീ

കുമാറിനെ അടുത്തറിയാവുന്നവരെല്ലാം വിശ്വസിക്കുന്നു, ആ സ്വപ്നം ഏറ്റവും സുന്ദരമായി തന്നെ ശ്രീകുമാർ യാഥാർത്ഥ്യമാക്കുമെന്ന്. പോയകാലത്തിന്റെ അനുഭവങ്ങളിൽ നിന്ന് അസാധ്യമായത് ഒന്നുമില്ലെന്ന് ഉറച്ച ശബ്ദത്തിൽ പറയാനും വലിയ ക്യാൻവാസിൽ നിന്നു കാര്യങ്ങളെ നോക്കി കാണാനുമൊക്കെ യുള്ള ഇച്ഛാശക്തി ശ്രീകുമാർ മുൻപേ തന്നെ നേടി കഴിഞ്ഞിട്ടുണ്ടല്ലോ.

ധനു കെ. വിളയിൽ





# ജനഹൃദയങ്ങളിൽ എന്നും മലയാള മനോരമ



തേക്കിൻകാട് ജോസഫ്

ഏഷ്യയിലെ ഏറ്റവും പ്രചാരമുള്ള ഭാഷാ പത്രം എന്ന ബഹുമതി മലയാള മനോരമയ്ക്കു സ്വന്തം. മനോരമ സ്ഥാപകപത്രാധിപരായ കണ്ടത്തിൽ വറുഗീസ് മാപ്പിളയുടെ ദീർഘവീക്ഷണവും ഭാവദീപ്തമായ പ്രവർത്തനശൈലിയും പിന്നാലെ വന്ന തലമുറകൾ പിന്തുടർന്നതു



കണ്ടത്തിൽ വറുഗീസ് മാപ്പിള

കൊണ്ടാണ് ഈ മഹത്തായ വിജയം കൈവരിച്ചത്. സമൂഹത്തിലെ താഴേക്കിടയിലുള്ളവരുടെയും അധികൃതവർഗ്ഗത്തിന്റെയും ഉന്നമനം ലക്ഷ്യമിട്ടായിരുന്നു മലയാള മനോരമയുടെ പ്രവർത്തനം. 47-ാമത്തെ വയസ്സിൽ അന്തരിച്ച വറുഗീസ് മാപ്പിളയ്ക്ക് പിൻഗാമിയായി കെ. സി. മാമ്മൻ മാപ്പിള പത്രാധിപസ്ഥാനം ഏറ്റെടുത്തു.

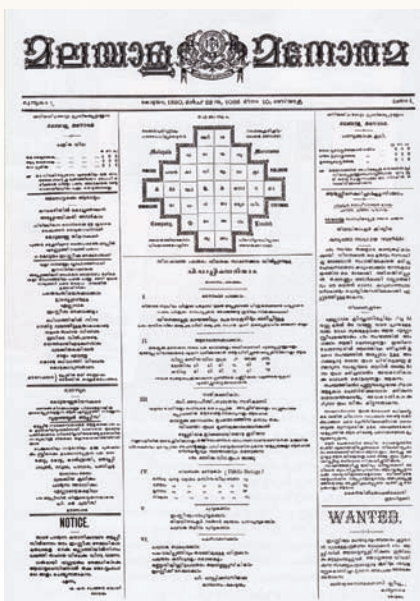
1888 മാർച്ച് 14 ന് 100 രൂപയുടെ 100 ഷെയറുകളുമായി രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത മലയാള മനോരമ കമ്പനി 1890 മാർച്ച് 22 ന് മലയാള മനോരമയുടെ പ്രഥമ ലക്കം പ്രസിദ്ധീകരിച്ചു. ശനിയാഴ്ചകളിൽ പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്ന നാലുപേജ് വീക്കിലി ന്യൂസ് പേപ്പർ ആയിരുന്നു ആദ്യം. 1901 ൽ ആഴ്ചയിൽ രണ്ടും 1918 ൽ ആഴ്ചയിൽ മൂന്നും ആയി. 1928 ൽ ദിനപത്രമായി മാറി.

സ്വാതന്ത്ര്യ സമരത്തിലും നിവർത്തന പ്രക്ഷോഭത്തിലും പങ്കാളിയായത് ദിവാൻ സർ സി.പി.രാമസ്വാമിയെ കോപാകുലനാക്കി. അദ്ദേഹം മാമ്മൻ മാപ്പിളയെ ജയിലിലടയ്ക്കുകയും 1938 സെപ്തംബർ 10 ന് ഓഫീസ് പുട്ടി മുദ്രവയ്ക്കുകയും ചെയ്തു. 1947 നവംബർ 29 ന് വീണ്ടും മനോരമ പ്രസിദ്ധീകരിച്ചു തുടങ്ങി. ഇതൊരു രണ്ടാം ജന്മമായിരുന്നു മലയാള മനോരമയ്ക്ക്. 1954-ൽ കെ. സി. മാമ്മൻ മാപ്പിള അന്തരിച്ചപ്പോൾ അദ്ദേഹത്തിന്റെ മൂത്തമകൻ കെ. എം. ചെറിയാൻ ചീഫ് എഡിറ്റർ സ്ഥാനം ഏറ്റെടുത്തു.

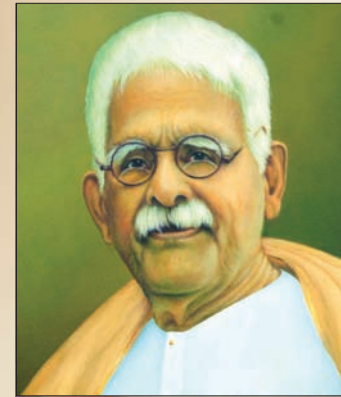
മലയാള മനോരമ അതിന്റെ ജൈത്രയാത്ര തുടങ്ങി. പത്രത്തിന്റെ സർക്കുലേഷൻ 30,000 ൽ നിന്നും മൂന്നുലക്ഷമായി ഉയർന്നു. മനോരമ വീക്കിലി 3,29,000 കോപ്പിയായി. കെ.എം. ചെറിയാൻ പ്രസ് ട്രസ്റ്റ് ഓഫ് ഇന്ത്യയുടെ ചെയർമാനായി. 1973 മാർച്ച് 14ന് അദ്ദേഹം അന്തരിച്ചപ്പോൾ പത്മശ്രീ, പത്മഭൂഷൻ എന്നിങ്ങനെ നിരവധി ദേശീയ ബഹുമതികൾ നേടിയിരുന്നു.

നവീന കാലഘട്ടത്തിലെ മലയാള മനോരമയുടെ യുഗം സമാരംഭിക്കുന്നത് പത്മശ്രീ കെ. എം. മാത്യുവിൽ നിന്നാണ് 1973 മാർച്ച് 14 ന് അദ്ദേഹം ചീഫ് എഡിറ്ററായി. 1961 ൽ ഒരു ലക്ഷം കോപ്പി പിന്നിട്ട മലയാള മനോരമ 1998 ൽ പത്തുലക്ഷം കവിഞ്ഞ് ഇന്ത്യയിൽ ഏറ്റവും പ്രചാരമുള്ള ദിനപത്രമായി മാറി.

2006 ൽ അത് 15 ലക്ഷമായി ഉയർന്നു. 2010 ഓഗസ്റ്റ് ഒന്നിന് 93-ാം വയസ്സിൽ അദ്ദേഹം അന്തരിച്ചപ്പോൾ



മലയാള മനോരമയുടെ ആദ്യ ലക്കം



കെ.സി.മാമ്മൻ മാപ്പിള

മലയാള മനോരമ 18 ലക്ഷം കോപ്പി. ഈ കാലഘട്ടത്തിൽ മലയാള മനോരമ കമ്പനി 48ൽ അധികം പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുമായി അതിന്റെ സജീവ സാന്നിധ്യം ഉറപ്പിച്ചു. ഒപ്പം ഇലക്ട്രോണിക് മീഡിയയിൽ റേഡിയോ മാംഗോ, മനോരമ ഓൺലൈൻ, ടെലിവിഷൻ വാർത്താ ചാനലായ മനോരമ ന്യൂസ്, എന്റർടെൻമെന്റ് ചാനൽ മഴവിൽ മനോരമ, മനോരമ മ്യൂസിക് എന്നിവയും ജനഹൃദയങ്ങളിൽ ചിരപ്രതിഷ്ഠ നേടി. മനോരമ വീക്കിലി, ഭാഷാപോഷിണി, വനിത, ബാലരമ, ദി വീക്ക് എന്നിവയും പ്രചാരത്തിൽ മുന്നിലുണ്ട്. മനോരമ വീക്കിലിയും ബാലരമയും വനിതയും ഇന്ത്യയിൽ ഏറ്റവും പ്രചാരമുള്ളവയായി. പത്രത്തിന് ബോംബെ, മദ്രാസ്, ബാംഗ്ലൂർ, ദോഹ, ബഹറിൻ ഉൾപ്പെടെ 19 ൽ അധികം എഡിഷനുകൾ. വനിതയ്ക്ക് ഹിന്ദി എഡിഷൻ, മനോരമ വാർഷിക പതിപ്പ് ആരോഗ്യം, വനിത വീട് പാർപ്പിടം, കർഷക



മലയാള മനോരമയുടെ ആദ്യത്തെ പ്രസ്സ്



കെ. എം. ചെറിയാൻ



കെ. എം. മാത്യു

ശ്രീ, സമ്പാദ്യം, വിഷ്ണുക്കുണി, വനിത പാചകം, മാജിക്ക് പോട്ട്, ടെൽ മീ വൈ, അമർചിത്രകഥ, ബാലരമ ഡൈജസ്റ്റ്, കളിക്കുടക്കം, ഫാസ്റ്റ്ട്രാക്ക്, ദി മാൻ തുടങ്ങിയ അനുബന്ധ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾ. മനോരമ ഇയർബുക്ക് മലയാളത്തിനു പുറമെ ഇംഗ്ലീഷിലും ഹിന്ദിയിലും ബംഗാളിയിലും തമിഴിലും. മനോരമ കലണ്ടർ മലയാളത്തിലും തമിഴിലും ഹിന്ദിയിലും. ഇവയെല്ലാം മലയാള മനോരമയുടെ കൂടക്കീഴിൽ അതിന്റെ ജൈത്രയാത്ര തുടരുകയാണ്.

സാമൂഹിക സേവന രംഗത്തും മലയാള മനോരമ അതിന്റെ പാദമുദ്രകൾ പതിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്. മഹാരാഷ്ട്രയിലെ ലാത്തൂരിൽ 1993 ലും ഗുജറാത്തിന്റെ ചില പ്രദേശങ്ങളിൽ 2001 ജനുവരി 26 നും ഭൂകമ്പങ്ങൾ ഉണ്ടായപ്പോൾ മനോരമയുടെ സഹായഹസ്തം ഉണ്ടായി. ലാത്തൂർ ഫണ്ടിലേക്ക് മനോരമ വായനക്കാർ രണ്ടരക്കോടി രൂപ സംഭാവന ചെയ്തു. മലയാള മനോരമ ബനഗാവോൺ വില്ലേജ് അങ്ങനെ രൂപം കൊണ്ടു. ഗുജറാത്തിലെ ഭൂകമ്പ ബാധിത പ്രദേശമായ ചാപ്രേത്തിയിൽ പുതിയൊരു ഗ്രാമം രൂപം കൊണ്ടു. 2004 ഡിസംബർ സുനാമി ബാധിത കൊല്ലം, ആലപ്പുഴ തീരദേശവാസികൾക്ക് 145 ഭവനങ്ങൾ പണിതു കൊടുത്തു.

ആരോഗ്യരംഗത്തെ മറ്റൊരു സംഭാവനയാണ് 'ഹൃദയപൂർവ്വം'. മദ്രാസ് മെഡിക്കൽ മിഷനുമായി സഹകരിച്ച് സൗജന്യ ഹൃദയ ശസ്ത്രക്രിയാ ക്യാമ്പ് സംഘടിപ്പിക്കുകയുണ്ടായി. 632 പേർക്ക്



മാമ്മൻ മാത്യു (ചീഫ് എഡിറ്റർ)



ഫിലിപ്പ് മാത്യു (മാനേജിംഗ് എഡിറ്റർ)



ജേക്കബ് മാത്യു (എക്സ്ക്യൂട്ടീവ് എഡിറ്റർ)

ഹൃദയപൂർവ്വം ജീവൻ ലഭിച്ചു. 2004 ബാലജനസഖ്യത്തിന്റെ പ്ലാനിംഗ് ജൂബിലിയോടനുബന്ധിച്ച് 400 കുട്ടികൾക്ക് ഹൃദയ ശസ്ത്രക്രിയാ നടത്തി.

2008 ൽ മനോരമയുടെ 'ഞങ്ങളുടെ കൂടെ' പദ്ധതിക്ക് വേൾഡ് ന്യൂസ്പേപ്പർ അസോസിയേഷന്റെ അവാർഡ് ലഭിച്ചു. കുട്ടികൾക്ക് കൃഷിയിലും പരിതസ്ഥിതിയിലും അവബോധം സൃഷ്ടിക്കുന്ന 'നല്ലപാഠം', 'പലതുളളി', 'ഭൂമി ഞൊരു കൂട്' എന്നീ പദ്ധതികൾക്കും സാർവ്വത്രികമായ അംഗീകാരം ലഭിച്ചു. അതുപോലെ മനോരമയുടെ 'പരിപൂരയം' ജനമനസ്സിൽ വിജ്ഞാന ദീപം കൊളുത്തി. പത്മശ്രീ കെ.എം. മാത്യുവിന്റെ മക്കളായ മാമ്മൻ മാത്യു (ചീഫ് എഡിറ്റർ), ഫിലിപ്പ് മാത്യു (മാനേജിംഗ് എഡിറ്റർ), ജേക്കബ് മാത്യു (എക്സ്ക്യൂട്ടീവ് എഡിറ്റർ) എന്നിവരുടെ കൂട്ടായ്മയിൽ മലയാളത്തിന്റെ സുപ്രഭാതമായി മലയാള മനോരമ 19 എഡിഷനുകളിൽ ജനഹൃദയങ്ങളിൽ സുപ്രതിഷ്ഠനേടി അതിന്റെ വിജയഗാഥ തുടരുന്നു.





# ദി ഒബ്സേർവർ

ജോഷി ജോർജ്ജ്

ലോകത്ത് ആദ്യമായി ഞായറാഴ്ച കളിൽ ന്യൂസ് പേപ്പർ എത്തിത്തുടങ്ങിയത് 1791 ൽ ഡബ്ലു എസ് ബോൺ ‘ദി ഒബ്സേർവർ’ ആരംഭിക്കുന്നതോടെയാണ്. ഒട്ടേറെ പ്രതിസന്ധികൾ തരണം ചെയ്തിട്ടാണ് ഒബ്സേർവർ വളർന്നുവന്നത്. ആരംഭകാലത്തു തന്നെ 16000 പൗണ്ടിനടുത്ത് കടം വന്ന ബോണിന് നിൽക്കക്കുള്ളിയില്ലാതായ പ്ലോൾ പത്രം വിറ്റുകൂയാമെന്ന് തീരുമാനിച്ചു. ഒന്നും ശരിയായില്ല ഒടുവിൽ സർക്കാർ വിരുദ്ധ സംഘടനയെ വരെ സമീപിച്ചു അതും വിജയിച്ചില്ല. ബോണിന്റെ സഹോദരൻ ഒരു വ്യവസായി ആയിരുന്നു. അദ്ദേഹമാണ് അവസാനവട്ട ഒത്തുതീർപ്പ് എന്ന നിലയിൽ അന്നത്തെ ഭരണകൂടവുമായി രമ്യതയിലെത്താൻ മുൻകൈ എടുത്തത്. എഡിറ്റോറിയലിന്റെ ഉള്ളടക്കത്തിൽ ഭരണകൂടത്തിന്റെ സ്വാധീനം ഉണ്ടാകും എന്ന വ്യവസ്ഥയിൽ ദി ഒബ്സേർവർ വീണ്ടും ശക്തിയാർജ്ജിച്ചു.

1814-ൽ പത്രവ്യവസായത്തിൽ സജീവമായിരുന്ന വില്യം ഇന്നെൽ ക്ലൈമന്റ് ഒബ്സേർവറിനെ സ്വന്തമാക്കി. അക്കാലത്ത് ലെവിസ് ഡോക്സറ്റ് ആയിരുന്നു ദി ഒബ്സേർവറിന്റെ പ്രധാന പത്രാധിപർ. 1857 ൽ

ഡോക്സറ്റ് ഒബ്സേർവറിൽ നിന്ന് വിരമിച്ചു. പകരം ജോസഫ്സ് ന്യൂസ് പ്രധാന പത്രാധിപരായി എത്തി. നിർഭാഗ്യമെന്ന് പറയട്ടെ പുതിയ പത്രാധിപരുടെ വരവോടെ ഒബ്സേർവറിന്റെ സർക്കുലേഷൻ കുത്തനെ ഇടിയുകയായിരുന്നു.

1861 മുതൽ 65 വരെ അമേരിക്കയിൽ നിലനിന്നിരുന്ന ആഭ്യന്തര



ആഴ്ചയിൽ ഏഴുദിവസവും ന്യൂസ് പേപ്പർ എന്ന ആശയം നടപ്പിലാക്കിയ ആദ്യപത്രം



യുദ്ധത്തിൽ വടക്കുരുടെ പക്ഷം ചേർന്നതാണ് പത്രത്തിന് വിനയായത് ആയിടക്ക് വ്യവസായിയായ ജൂലിയസ് ബീർ 1870-ൽ ഈ പത്രം കൈവശമാക്കി. അദ്ദേഹം പുതിയ പത്രാധിപരെ നിയമിച്ചു. ജോസഫ്സ് ന്യൂവിന് പകരം വന്നത് ഹെന്റിഡഫ് ട്രെയ്ൽ ആയിരുന്നു. അദ്ദേഹത്തിന്റെ പത്രാധിപത്യത്തിൽ അല്പാല്പമായി മെച്ചപ്പെട്ടുവന്നു ഒബ്സേർവർ. പത്ര ഉടമയായ ബീറിന്റെ മരണത്തോടെ അദ്ദേഹത്തിന്റെ പുത്രൻ ഫെഡറിക് ഒബ്സേർവറിന്റെ സാരഥ്യമേറ്റെടുത്തു. തുടർന്ന് ഫെഡറിക്സിന്റെ ഭാര്യ റേച്ചൽ പത്രാധിപത്യം ഏറ്റെടുത്തു. 1891 മുതൽ 1904 വരെ ഒബ്സേർവറിന്റെ എഡിറ്റോറിയൽ ബോർഡിനെ നിയന്ത്രിക്കുകയും അവരുടെ സ്വന്തം ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ദി സൺഡേ ടൈംസ് എന്ന ഞായറാഴ്ചപത്രത്തിന്റെ പത്രാധിപത്യത്തിൽ തുടരുകയും ചെയ്തു.

ഹാം സ്വാർത്ത് കുടുംബത്തിന്റെ കൈയ്യിൽ നിന്നും 1911 ൽ ഫസ്റ്റ് വിസ്കൗണ്ട് ആസറ്റായ വില്യം വാൾഡോർഫ് ആസ്റ്റർ ദി ഒബ്സേർവർ വാങ്ങി. അതിനുശേഷമാണ് തികച്ചും നിഷ്പക്ഷമായ ദിനപത്രം എന്ന ബഹുമതി ദി ഒബ്സേർവർ നേടുന്നത്. 1948 മുതൽ വാൾഡോർഫ് ആസ്റ്ററിന്റെ മകൻ ഏസ്റ്റർ പത്രത്തിന്റെ നേതൃസ്ഥാനത്തെത്തി. നീണ്ട 27 സംവത്സരക്കാലം അദ്ദേഹമായിരുന്നു ഒബ്സേർവറിന്റെ മുഖ്യ പത്രാധിപർ. അദ്ദേഹം ഒരു ട്രസ്റ്റ് രൂപീകരിച്ച് പത്രത്തിന്റെ നടത്തിപ്പ് ആ ട്രസ്റ്റിന്റെ മേൽനോട്ടത്തിലാക്കി.

ജോർജ് ഓർവെൽ, പോൾജെന്നിങ്സ്, സിഎലെ ജ്യൂൾ തുടങ്ങിയവർ ഒബ്സേർവറുമായി ഏറെ

സഹകരിച്ചു. 1956 ലെ ഗവൺമെന്റിന്റെ സിസ് ആക്രമണത്തെ എതിർത്ത ആദ്യത്തെ ദേശീയ പത്രം ഒബ്സേർവറായിരുന്നു. 1977-ൽ ആസ്റ്റർ യു.എസ്സിലെ ഓയിൽ വ്യവസായിയായ അറ്റലാന്റിക്റിച്ച് ഫീൽഡിന് ദി ഒബ്സേർവർ കൈമാറി. 1981-ൽ അദ്ദേഹം ഇത് ലോൺഹോയ്ക്ക് വിറ്റു. 1993 വരെ ദി ഒബ്സേർവർ ഗാർഡിയൻ മീഡിയ ഗ്രൂപ്പിന്റെ ഭാഗമായിരുന്നു.

1990 ൽ ഫർസാഡ് ഇക്ബാൽ എന്ന ഒബ്സേർവറിന്റെ റിപ്പോർട്ടറെ ഇറാക്കിൽ ചാരപ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് നിയോഗിച്ചു എന്നൊരു വാർത്ത പരന്നു. ഇത് ഒട്ടേറെ അഭിപ്രായഭിന്നതകൾക്ക് ഇടയാക്കിയിരുന്നു.

ഇത്തരം പ്രതിസന്ധികളെയെല്ലാം അതിജീവിച്ചു ഒബ്സേർവർ. പത്രത്തിന്റെ പോളിസി ചർച്ചചെയ്യപ്പെടുന്നതിനായി അവസരമൊരുക്കിയ ആദ്യ ദിനപത്രം ദി ഒബ്സേർവറാണ്. ഇന്റർനെറ്റിലൂടെ ഡൗൺലോഡ് ചെയ്യാവുന്ന രീതിയിൽ ഡിജിറ്റൽ ഫോർമാറ്റിലേക്ക് മാറ്റപ്പെട്ടിരുന്ന ആദ്യത്തെ ദിനപത്രവും ദി ഒബ്സേർവറാണ്.

കായികമേഖല, സംഗീതം, ഭക്ഷണം, എന്നിങ്ങനെ വ്യത്യസ്ത വിഷയങ്ങളിൽ ഊന്നൽ നൽകിക്കൊണ്ട് പ്രതിമാസ പതിപ്പുകൾ ലഭ്യമാക്കുന്ന മാഗസിനുകൾ തുടക്കത്തിലും പുതുമ സൃഷ്ടിച്ചു. ഒബ്സേർവർ സ്പോർട്ട്, ഒബ്സേർവർ മ്യൂസിക്, ഒബ്സേർവർ ഹൂഡ് എന്നിവയാണ് ആ മാഗസിനുകൾ. മാസാമാസം പുറത്തിറങ്ങുന്ന ഇത്തരം പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾക്ക് പുറമെ എല്ലാ ഞായറാഴ്ചകളിലും ഒബ്സേർവറിനൊപ്പം ഒബ്സേർവർ മാഗസിനുമുണ്ട്.

അന്താരാഷ്ട്ര തലത്തിലുള്ള വായനക്കാരെ ലക്ഷ്യമിട്ട് ദി ഒബ്സേർവർ അതിന്റെ ഉള്ളടക്കം ദി ഗാർഡിയൻ വാരികയിൽ ഉൾപ്പെടുത്തുന്നുമുണ്ട്. മാസം തോറും എത്തുന്ന ഗാർഡിയൻ മാഗസിനിൽ ഒബ്സേർവറിലെ പ്രധാന ലേഖനങ്ങൾ പ്രസിദ്ധീകരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇതിനു പുറമെ പേഴ്സണൽ മൈനാൻസ് ആന്റ് ഇൻവൈസ്റ്റ് മെന്റ് മാസികയായ മണി ഒബ്സേർവറുമായും ദി ഒബ്സേർവർ ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. 1979-ൽ ഒരു സ്വതന്ത്രവാരിക ആകുന്നതിനു മുമ്പ് ഒബ്സേർവറിന്റെ സപ്ലിമെന്റായിട്ടായിരുന്നു മണി ഒബ്സേർവർ പുറത്തിറങ്ങിയിരുന്നത്.

ദി ഗാർഡിയന്റെ പാത പിൻതുടർന്ന് 2006 ജനുവരി എട്ടുമുതൽ ദി ഒബ്സേർവർ ബെർലിൻ ഫോർമാറ്റിലേക്ക് രൂപമാറ്റം വരുത്തി. ദിനപത്രമെന്ന നിലയിൽ മികച്ചുനിൽക്കുന്ന ദി ഒബ്സേർവറിനെ തേടി ഏറെ അംഗീകാരങ്ങൾ എത്തിയിട്ടുണ്ട്. 2007 ലെ ബ്രിട്ടീഷ് പ്രസ്സ് നാഷണൽ ന്യൂസ് പേപ്പർ ഓഫ് ദി ഇയർ ആയി തെരഞ്ഞെടുത്തത് ഈ പത്രത്തെയായിരുന്നു.

## INVITING ARTICLES

Effective ADCOM invites articles, news, features, photographs etc. from relevant subject experts, which will be published on approval & priority basis. Soliciting the participation from the enthusiastic advertising, marketing and printing fraternity across the world and requesting those to forward the material preferably by soft copy to: [effectiveadcom@gmail.com](mailto:effectiveadcom@gmail.com)





The Advertising Club Cochin Announces  
Call For Entries For Pepper 2015.

Last Day for Submitting Entries:  
15<sup>th</sup> March 2015

The advertising Club of Cochin has announced the call for entries for the Pepper Awards 2015. Slated to be held on 2nd week of April, Kochi, this edition of Pepper is expected to be even bigger and splendorous than the previous ones. There are over 80 categories in line this year and the winners will be selected by an eminent jury comprising of some of the leading advertising professionals in India. The participants are requested to download Entry form. Go find whatever that gets your creative juices flowing. What began humbly in 1996 as 'Creative Excellence Awards' assumed the Avatar of

Pepper in 2007 and is today among the biggest award events of the kind in India. Advertising agencies from the states of Kerala, Karnataka, Tamil Nadu and Andhra Pradesh rock the ramps of this scintillating gala on a frantic gold hunt every year. And it is just getting better, year after year after year.

#### Jury Members



Agnello Dias  
Managing Partner  
Taproot



Rajeev Rao  
NCD,  
Ogilvy & Mather India



Prathap Suthan  
Managing Partner,  
Bang in The Middle



K S Chakravarthy  
Till recently NCD,  
FCBULKA



Brijesh Jacob  
Jt Managing Director  
22feet Tribal WorldWide

Pepper Creative Awards Trust, 1st Floor, 'Dreams', Surabhi lane, K.P.Vallon Road, Kadavanthara  
Cochin-682 020. Tel: 098956 60000., www.pepperawards.com



"To read is to fly: it is to soar to a point of vantage which gives a view over wide terrains of history, human variety, ideas, shared experience and the fruits of many inquiries."

A C Grayling



## Attn: NURSES & PHARMACISTS

## NCLEX-RN or HAAD : CHAZ is the best

Join the hundreds of student nurses who have taken advantage of the outstanding coaching at CHAZ. This is not only an NCLEX preparation course. Move your career forward with progressive nursing concepts.

NCLEX-RN

CRNE

DHA

MOH (Ministry of Health)

HAAD (Health Authority of Abu Dhabi)

PHARMACOLOGY

LAW IN PHARMACY

### COACHING FOR PHYSIOTHERAPIST

Chaz professionals, the experience of 15 years in the industry also provides coaching for Physiotherapist and their exam scheduling.

**Hurry join us & achieve a fabulous future...!**

To get a passing score in your NCLEX / RN and HAAD / MOH Exam you need a perfect guidance in the subject. Chaz offers you the best coaching on the above exams.

- Exam taking strategies and tips from subject experts and RNs
- Specifically designed courses with updated materials
- Proven records on the exam track with hundreds of RN / HAAD / MOH passed candidates
- Well experienced team of Nursing Faculty
- Hostel Facility

New batch for NCLEX / RN / MOH / HAAD and CRNE starts first week of every month

### COACHING FOR PHARMACISTS & ASST. PHARMACISTS

CHAZ Professional Services offers excellent coaching for the candidates preparing for

HAAD MOH DHA  
Exams in Gulf Countries

Pharmacology  
Written and Oral Exams

Admission on all  
Mondays

**No.1 Trusted agency for NCLEX-RN Registration**

Chaz Managed by: Mrs. Elizabeth Christy Bsc, Bsn, MA, PG Dip (RN) CCRN of Duke University USA

Application assistance to all Nursing Boards in U.S.A.



**CHAZ PROFESSIONAL SERVICES**

H.O. Arafat Tower, V<sup>th</sup> Floor, Near SBT Main Branch, Thirunakkara, Kottayam-1  
Ph: 0481-2300396 / 380, 99468 59475 e-mail: chaz\_ktm@yahoo.com

Door No. CC 46/1200, N.H. Bypass Road, Vyttila Jn. Cochin-6 82 016  
Ph: 0484-4025393, 99953 25356 www.chazusa.in



# ഒരു നിയോഗം പോലെ ഫോട്ടോഗ്രാഫിയിലേക്ക്....

സാജൻ തോമസ്

ധന്യ കെ. വിളയിൽ



അഡ്വൈസിംഗ്  
ഫോട്ടോഗ്രാഫിയിൽ  
25 വർഷങ്ങൾ  
പൂർത്തിയാക്കിയ  
സാജൻ തോമസ്  
ആകസ്മികമായാണ് ഈ  
രംഗത്തേക്ക് കടന്നു വന്നത്.  
അദ്ദേഹം തന്റെ അനുഭവങ്ങൾ  
ആഡ്കോമിന്റെ  
വായനക്കാരുമായി  
പങ്കുവെയ്ക്കുന്നു.







വർഷം 1987. സ്ഥലം ബാംഗ്ലൂർ. തൊടുപുഴയിൽ നിന്നും കമ്പ്യൂട്ടർ കോഴ്സ് പഠിക്കാൻ സാജൻ എന്ന യുവാവ് ബാംഗ്ലൂരിലെത്തുന്നു. ബാംഗ്ലൂരിലെത്തിയിട്ട് മൂന്നു ദിവസമേ ആവുന്നുള്ളൂ. അടുത്തൊന്നും സൂഹൃത്തുക്കളുമില്ല. ബോറടിച്ച്രിക്കുമ്പോഴാണ് ശിവജി നഗറിൽ വി. സാംബശിവന്റെ കഥാപ്രസംഗം ഉണ്ടെന്നറിയുന്നത്. കേരളത്തിൽ താമസിച്ചപ്പോഴൊന്നും കാണാൻ കഴിഞ്ഞിട്ടില്ല സാംബശിവൻ എന്ന കാഥികനെ. എന്തായാലും സമയം ഇഷ്ടംപോലെയാണു്, എന്നാൽ ഒന്നു കണ്ടു കളയാമെന്നു കരുതി കഥാപ്രസംഗം കേൾക്കാൻ പോയി. എല്ലാം കഴിഞ്ഞ് മടങ്ങിയപ്പോൾ അർധരാത്രിയായി. ഒരേ പോലെ തോന്നിക്കുന്ന നിരവധി ജംഗ്ഷനുകൾ. വിശാലമായ റോഡുകൾ. ബാംഗ്ലൂർ നഗരം സാജൻ തോമസിനെ സംബന്ധിച്ച് തീർത്തും അപരിചിതമായൊരു നഗരം മാത്രം. ഇന്ദിരാന്തഗരിലെ തേർഡ് സ്റ്റേജിലെ ടിപ്പസന്ദരയിലേക്കാണ് പോവേണ്ടത്. ബസിൽ ഇന്ദിരാന്തഗരിയിലെത്തിയ ശേഷം രണ്ടു കിലോമീറ്റർ അകലെയുള്ള ടിപ്പസന്ദരയിലെ താമസസ്ഥലം വരെ നടക്കേണ്ടിവന്നു. എന്നാൽ, കുറേ നടന്നപ്പോഴാണ് സാജൻ മനസ്സിലായത് വഴി തെറ്റിയിട്ടുണ്ട്....

വഴിയിൽ കണ്ടുമുട്ടിയ ഒന്നു രണ്ടു പേരോട് വഴി ചോദിച്ചു. അവർ പറഞ്ഞ കന്നട സാജനു പിടികിട്ടിയില്ല, സാജന്റെ മലയാളമോ ഇംഗ്ലീഷോ അവർക്കും. കൃത്യമായ ഉത്തരം കിട്ടാതെ പിന്നെയും മുന്നോട്ടു നടന്നു. തീർത്തും അപരിചിതമായ നഗരം, ഏറെക്കുറെ

ഇരുട്ടിൽ കണ്ടൊരു മുഖമായിരുന്നിട്ടു കൂടി രണ്ടാമത്തെ കാഴ്ചയിൽ അയാളെ തിരിച്ചറിഞ്ഞു. പരിചയപ്പെട്ടു. പേര് ഷാജി. സാജൻ തോമസ് എന്ന ഫോട്ടോഗ്രാഫറുടെ ജീവിതത്തിലെ നിയോഗമാവാൻ ദൈവം തെരഞ്ഞെടുത്ത വ്യക്തിയായിരുന്നു അത്.

വിജനമായ വഴി. ഭയം തണുപ്പു പോലെ ശരീരമാകെ അരിച്ചു കയറാൻ തുടങ്ങിയപ്പോഴാണ് അരണ്ട വെളിച്ചത്തിൽ സാജൻ ആ മനുഷ്യനെ കണ്ടത്. ഓടി അടുത്തു ചെന്ന് വഴി ചോദിച്ചു. ഇംഗ്ലീഷും, മലയാളവും കുട്ടിക്കലർത്തിയ സാജന്റെ ചോദ്യത്തിന് ആ മനുഷ്യൻ മലയാളത്തിൽ ഉത്തരം നൽകി, എന്റെ കൂടെ പോരു.. വഴി കാണിച്ചു തരാം. നക്ഷത്രങ്ങളില്ലാത്ത ആകാശത്ത് തിളക്കമേറിയ ഒരു നക്ഷത്രം പെട്ടന്ന് ഉദിച്ചതു പോലെയാണെന്നു അത്. ആശ്വാസത്തിന്റെ ഒരു ഇളംകാറ്റ് സാജനെ സ്പർശിച്ച് കടന്നു പോയി. ആ അപരിചിതനെ പിന്തുടർന്ന് മുന്നോട്ട് നടന്നു. ഒന്നും മിണ്ടാതെ, അധികമൊന്നും സംസാരിക്കാതെ അയാൾ പതിയെ നടന്ന് മുന്നിൽ. സ്ക്രീറ്റ് ലൈറ്റിന്റെ വെളിച്ചത്തിൽ അവ്യക്തമായി മുന്നിൽ നീങ്ങുന്ന ഒരു നിഴൽ രൂപം പോലെ .... ഒടുവിൽ ശരിയായ വഴി കാണിച്ച് കൊടുത്ത് മുന്നിലെ ഇരുട്ടിലേക്കു അയാൾ മാഞ്ഞു പോയി..

പേരു പോലും പറയാതെ ഇരുട്ടിലേക്കു മറഞ്ഞു പോയ ആ മനുഷ്യനെ വീണ്ടും കാണുമെന്നോ തന്റെ ജീവിതത്തിലെ വലിയൊരു നിയോഗമായി അയാൾ മാറുമെന്നോ സാജൻ അപ്പോൾ ഓർത്തിരുന്നില്ല. പക്ഷേ കഥകൾ പോലെ തന്നെയാണല്ലോ ചില ജീവിതങ്ങൾ... ഒരു പാട് താളുകൾ ഉള്ള ഒരു പുസ്തകം പോലെ.. തീർത്തും അപ്രതീക്ഷിതമായത് കാത്തു വെച്ച്, ആകസ്മികതകൾക്കു വിരുന്നൊരുക്കി മനുഷ്യനെ എപ്പോഴും അമ്പരപ്പിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഒരു പ്രതിഭാസം. ഓർക്കാപ്പുറത്ത് ചില ജീവിതരംഗങ്ങൾ, ഒടുക്കമാണോ

തുടക്കമാണോ എന്ന ആശയക്കുഴപ്പമുണ്ടാക്കുന്ന പശ്ചാത്തലമൊരുക്കും. അതുപോലെ ഒരു പശ്ചാത്തലമായിരുന്നു ആ രാത്രിയും! അങ്ങനെ; അതേ നഗരത്തിൽ വെച്ച്, അതേ റോഡിൽ വെച്ച് സാജൻ ആ വ്യക്തിയെ വീണ്ടും കണ്ടു. ഇരുട്ടിൽ കണ്ടൊരു മുഖമായിരുന്നിട്ടു കൂടി രണ്ടാമത്തെ കാഴ്ചയിൽ അയാളെ തിരിച്ചറിഞ്ഞു. പരിചയപ്പെട്ടു. പേര് ഷാജി. സാജൻ തോമസ് എന്ന ഫോട്ടോഗ്രാഫറുടെ ജീവിതത്തിലെ നിയോഗമാവാൻ ദൈവം തെരഞ്ഞെടുത്ത വ്യക്തി ആയിരുന്നു അത്.

അന്ന് ഷാജി ബാംഗ്ലൂരിലെ സിസ്റ്റാസ് എന്ന അഡ്മിനിസ്ട്രേറ്റീവ് ഏജൻസിയിൽ ജോലി ചെയ്യുകയാണ്. ആ പരിചയപ്പെടൽ പിന്നീട് നല്ലൊരു സൗഹൃദമായി. സാജനെടുത്ത ചില ഫോട്ടോകൾ കാണാനിടയായ ഷാജി ആ ഫോട്ടോകൾക്കു പിന്നിലെ പ്രതിഭയെ തിരിച്ചറിഞ്ഞു. തനിക്ക് പരിചയമുള്ള ബാംഗ്ലൂരിലെ അറിയപ്പെടുന്ന കുറെ ഫോട്ടോഗ്രാഫർമാർക്ക് സാജനെ പരിചയപ്പെടുത്തി. ഫോട്ടോഗ്രാഫിയുടെ അനന്തസാധ്യതകളുടെ ഒരു ലോകം സാജനു മുന്നിൽ തുറന്നിട്ടു. ഫോട്ടോഗ്രാഫി തന്നെയാണ് തന്റെ വഴിയെന്ന് സാജന് ബോധ്യം വന്നത് അപ്പോഴാണ്. ബി കോമിനു ശേഷം ബിസിനസ്സ് മാനേജ്മെന്റിനു ചേരാൻ ആഗ്രഹിച്ചതും, പിന്നെ അതു വേണ്ടെന്നു വെച്ച് കമ്പ്യൂട്ടർ കോഴ്സിനു ചേർന്നതും ബാംഗ്ലൂരിലേക്കുള്ള ഈ പരിച്ചുനടലുമെല്ലാം ശരിയായ വഴിയിലേക്കുള്ള ചില ചുണ്ടുപലകകൾ മാത്രമായിരുന്നു എന്ന് അന്ന് സാജൻ തിരിച്ചറിഞ്ഞു.

നിയോഗം പോലെ ഫോട്ടോഗ്രാഫിയുടെ ലോകത്തേക്ക് വലതു കാൽ വെച്ചു കയറിയ സാജൻ തോമസ് എന്ന ഈ തൊടുപുഴക്കാരൻ, അഡ്മിനിസ്ട്രേറ്റീവ് ഫോട്ടോഗ്രാഫി രംഗത്ത് 25 വർഷങ്ങൾ പൂർത്തിയാക്കി കഴിഞ്ഞിരിക്കുന്നു. അഭിമുഖങ്ങളിലോ ക്യാമറയുടെ വെളിച്ചത്തിലോ അധികം പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടിട്ടില്ലാത്ത സാജൻ തോമസ് പിന്നിട്ട വഴികളിലെ വെല്ലുവിളികളെയും കരിയറിലെ നാൾവഴികളെയും കുറിച്ച് ആഡ്കോമിനോട് സംസാരിക്കുന്നു.

**കുട്ടിക്കാലത്തെ ഉള്ളതാണോ ഫോട്ടോഗ്രാഫിയോടുള്ള ഈ ഇഷ്ടം?**

എന്റെ ചെറുപ്പത്തിൽ തന്നെ വീട്ടിൽ ക്യാമറയുണ്ട്. എന്റെ ഒരു അങ്കിൾ ഇടയ്ക്കിടെ വിദേശയാത്ര ചെയ്യുന്ന ആളായിരുന്നു. കക്ഷി വിദേശയാത്ര കഴിഞ്ഞു വരുമ്പോൾ കൊണ്ടുവരുന്നതാണ് ഇലക്ട്രോണിക് ഉപകരണങ്ങളും ക്യാമറയുമൊക്കെ. അതുകൊണ്ടു തന്നെ വളരെ ചെറുപ്പം മുതലേ ക്യാമറയുമായി കൂട്ടു കൂടാനുള്ള ഭാഗ്യം ഉണ്ടായി. എന്റെ ആദ്യത്തെ ക്യാമറ യാഷിക്കാ ഇലക്ട്രോ 35 ആണ്. അമേരിക്കയിലുള്ള എന്റെ സഹോദരി സാലി സമ്മാനിച്ചതായിരുന്നു അത്. 20 വയസ്സായപ്പോ







ഒരിക്കലും ഒന്നിലും സ്പെഷ്യലൈസ് ചെയ്യാൻ ശ്രമിച്ചിട്ടില്ല. പക്ഷേ ചില ഫോട്ടോ കൾ ശ്രദ്ധിക്കപ്പെടുമ്പോൾ പിന്നെ വരുന്ന പല പ്രൊജക്റ്റുകളും അതു പോലെ തന്നെ യുള്ള പ്രൊഡക്റ്റുകളുടേതാവും.

ശേക്കും അടുത്ത ക്യാമറ കിട്ടി കാനോൺ എ ഇ വൺ പ്രോഗ്രാം. ഫോട്ടോ എടുക്കും എന്നല്ലാതെ അന്നൊന്നും ഒരു പാഷനായി ഫോട്ടോഗ്രാഫിയെ കണ്ടിരുന്നില്ല. ഫോട്ടോഗ്രാഫി എന്ന പ്രൊഫഷനെ കുറിച്ച് ആലോചിച്ചിട്ടു കൂടിയല്ല അന്നൊന്നും. മറ്റൊന്നിലുമൊരു ജോലി എന്നായിരുന്നു അന്നാകെ ലക്ഷ്യം. അങ്ങനെയാണ് തിരുവനന്തപുരത്ത് ബികോമിനു ചേരുന്നത്. ബികോമിനു ശേഷം ഇടയ്ക്ക് ബിസിനസ്സ് മാനേജ്മെന്റിനു ചേർന്നാലോ എന്നായി ആഗ്രഹം. കമ്പ്യൂട്ടർ കോഴ്സിനു സാധ്യതകൾ ഉണ്ടെന്ന് അന്നാരൊക്കെയോ പറഞ്ഞു. എന്നാൽ പിന്നെ കമ്പ്യൂട്ടർ പഠിക്കാം എന്നു കരുതി ബാംഗ്ലൂരിലേക്കു പോയി. ബാംഗ്ലൂർ നഗരവും അവിടെ വെച്ചു പരിചയപ്പെട്ട ഷാജിയുമാണ് എന്നെ ഫോട്ടോഗ്രാഫിയിലേക്കു കൈപിടിച്ചു നടത്തിയത്.

**എങ്ങനെയാണ് നിങ്ങളുടെ ആ ആദ്യനാളുകൾ?**

ബാംഗ്ലൂരിൽ സിസ്റ്റാസ് അഡ്മിനിസ്ട്രേഷൻ ഏജൻസിയ്ക്ക് ജോലി ചെയ്യുന്ന ഷാജിക്ക് അവിടെ ധാരാളം ഫോട്ടോഗ്രാഫർമാർ സൂഹ്യത്തുക്കളായിരുന്നു. അവരെക്കൊണ്ട് പരിചയപ്പെടുത്തി തന്നു. സമയം കിട്ടുമ്പോഴൊക്കെ ഞാൻ അവരുടെ കൂടെ ചെലവഴിക്കും. അവരുടെ വർക്കിംഗ് സ്റ്റൈലും ടെക്നിക്കുകളുമൊക്കെ മനസ്സിലാക്കും. ചെറുപ്പം മുതൽ തന്നെ പെൻസിൽ ഡ്രോയിങ്, പെയിന്റിംഗ് തുടങ്ങിയ കലാപരിപാടികളിലൊക്കെ എനിക്ക് താൽപ്പര്യമുണ്ടായിരുന്നു. അതുവഴി കൈവന്ന ആ സൂക്ഷ്മത ഫോട്ടോഗ്രാഫിയെ കുറേക്കൂടി നന്നായി മനസ്സിലാക്കാൻ സഹായിച്ചിട്ടുണ്ടെന്നാണ് എന്റെ വിശ്വാസം. ഇടയ്ക്ക് ബാംഗ്ലൂരിലെ രാധാകൃഷ്ണൻ എന്ന ഫോട്ടോഗ്രാഫറുടെ സ്റ്റുഡിയോയിൽ അസിസ്റ്റന്റായി നിൽക്കാൻ ഒന്നു ശ്രമിച്ചു. അതൊരു ചെറിയ സ്റ്റുഡിയോ ആയിരുന്നു. പരമാവധി അസിസ്റ്റന്റുമാർ അപ്പോൾതന്നെ അവിടെയുണ്ട്. പുതിയൊരു ഒഴിവിനുള്ള സാധ്യത അടുത്തൊന്നുമില്ല താനും. അന്നതു തുടക്കത്തിലായിരുന്നു. ഇന്ന് ബാംഗ്ലൂരിലെ ഏറ്റവും പ്രശസ്തരായ ഫോട്ടോഗ്രാഫേഴ്സിൽ ഒരാളാണ് രാധാകൃഷ്ണൻ. ബാംഗ്ലൂരിനേക്കാൾ ഫോട്ടോഗ്രാഫറുമാർക്ക് ബോംബെയിലാണ് കൂടുതൽ സാധ്യത എന്നു മനസ്സിലാക്കി ഞാൻ ബോംബെയിലേക്കു വണ്ടി കയറി. അവിടെ എനിക്ക് ബന്ധുക്കളും സുഹൃത്തുക്കളുമായി കുറച്ചു പരിചയക്കാരൊക്കെയുണ്ട്. ബോംബെയിൽ ഒരു ചങ്ങാതി 'ഉൽക്ക' എന്ന അഡ്മിനിസ്ട്രേഷൻ ഏജൻസിയുടെ സ്റ്റുഡിയോ മാനേജർ രഘുപതിയെ പരിചയപ്പെടുത്തി തന്നു. ഫോട്ടോഗ്രാഫർമാർക്കിടയിൽ നല്ല സാധ്യതയുള്ള ഒരു മാനേജറായിരുന്നു. രഘുപതി ശുപാർശ ചെയ്താൽ ആരും തള്ളികളയുകയില്ല. അദ്ദേഹം പറഞ്ഞിട്ട് ഒരിക്കൽ ഫോട്ടോഗ്രാഫർ കിഷോർ സാലിയെ കാനോൻ പോയി. ലോവർ പരേൽ എന്ന സ്ഥലത്താണ് സാലിയുടെ സ്റ്റുഡിയോ. ഇന്റർവ്യൂ ദിവസം തന്നെ വഴിതെറ്റേണ്ട എന്നു കരുതി, ഞാൻ ഒന്നു രണ്ടു ദിവസം മുൻപേ അവിടെ പോയി സ്ഥലമൊക്കെ കണ്ടു പിടിച്ചു വെച്ചു. ഞാൻ ചെന്നപ്പോൾ, അവിടെ ഒരു അസിസ്റ്റന്റിന്റെ ആവശ്യമുണ്ടായിരുന്നു സാലിക്ക്. പക്ഷേ ഒരു കുഴപ്പമുണ്ട്. ബോംബെ നഗരം നന്നായി അറിയുന്ന ഒരാളെയാണ് കക്ഷി നോക്കി കൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. എനിക്കാണെങ്കിൽ പ്രധാന സ്ഥലങ്ങൾ പോലും അറിയില്ല. ആകെ നിരാശനായി ആണ് അവിടെ നിന്ന്

മടങ്ങിയത്. ഞാൻ രഘുപതിയെ വിളിച്ചു കാര്യം പറഞ്ഞു, കാര്യങ്ങൾ ഇങ്ങനെയാക്കേണ്ട. ഇത് നടക്കുമെന്നു തോന്നുന്നില്ല.

രഘുപതി പിന്നീട് സന്ദീപ് മാത്രെയുടെ അടുത്തു ശക്തമായി ശുപാർശ ചെയ്തു. അന്ന് മുംബെയിലെ പ്രശസ്ത ഫോട്ടോഗ്രാഫർമാരിൽ ഒരാളാണ് സന്ദീപ് മാത്ര. ഞാൻ കക്ഷിയെ കാനോൻ ചെല്ലുമ്പോൾ ഫ്ലോറിൽ പ്രീമിയർ പരമിനിയുടെ ഷൂട്ട് നടക്കുകയാണ്. മൂന്നു നാലു കാര്യങ്ങൾ സ്റ്റുഡിയോയുടെ അകത്ത് ഓടി നടക്കുന്നു. 3600 സ്കയർ ഫീറ്റ് വിസ്താരമുള്ളൊരു ഫ്ലോറായിരുന്നു അത്. അത്ഭുത ലോകത്തെത്തിയ ആലീസിനെ പോലെയാണ് അകത്തേക്ക് വലതു കാൽ വെയ്ക്കുന്നത്. അസിസ്റ്റന്റ് ആവാൻ താൽപ്പര്യമുണ്ടെന്നു പറഞ്ഞപ്പോൾ അദ്ദേഹം സമ്മതിച്ചു. അങ്ങനെ കക്ഷിക്കൊപ്പം കൂടി. ജെ ആൻഡ് ജെ കോളേജ് ഓഫ് അപ്ലൈഡ് ആർട്ട്, അമേരിക്ക എന്നിവിടങ്ങളിലൊക്കെ പഠിച്ച ആളാണ് മാത്ര. ടാറ്റ, ഹോക്കിംഗ്സ്, ഫിലിപ്സ്, മഹത്ത്വലാൽ തുടങ്ങിയ വലിയ വലിയ ക്ലൈന്റുകൾക്കു വേണ്ടിയാണ് ഷൂട്ട്. നല്ല അനുഭവങ്ങൾ തന്നൊരു കാലമായിരുന്നു അത്. അവിടെ വർക്ക് ചെയ്യുമ്പോൾ തന്നെ, സൂഹ്യത്തുക്കളുടെ കയർ ഓഫിൽ ചില ക്ലൈന്റുകളെ കിട്ടി. ആ വർക്കുകളൊക്കെ സ്വതന്ത്രമായി ഏറ്റെടുത്ത് ചെയ്യാനുള്ള സ്വാതന്ത്ര്യവും സന്ദീപ് നൽകിയിരുന്നു. ഫോട്ടോഗ്രാഫറെന്ന നിലയിൽ ഏറെ ആത്മവിശ്വാസം തന്ന വർക്കുകളായിരുന്നു അത്. മൂന്നു വർഷം സന്ദീപിനൊപ്പം ജോലി ചെയ്തതിനു ശേഷം കേരളത്തിലേക്ക് മടങ്ങി. 1991 ൽ എറണാകുളം കേന്ദ്രീകരിച്ച് ഫോട്ടോഗ്രാഫി ആരംഭിച്ചു.

**കേരളവും ബോംബെയും തമ്മിൽ അന്ന് ഫോട്ടോഗ്രാഫിയിലുണ്ടായിരുന്ന വ്യത്യാസമെന്തായിരുന്നു?**

കേരളത്തിൽ അപ്പോഴും ഫോട്ടോഗ്രാഫി ശൈശവദശയിലായിരുന്നു. അന്ന് വനിതയുടെ ബാക്ക് കവറുകളിലാണ് കളർ പരസ്യം വരുന്നത്. ബാക്കിയെല്ലാം ബ്ലാക്ക് ആന്റ് വൈറ്റ് പരസ്യങ്ങൾ ആയിരുന്നു. കൊച്ചിയിൽ അന്ന് വളരെ ചുരുക്കം ഫോട്ടോഗ്രാഫർമാരെ ഉണ്ടായിരുന്നുള്ളൂ. ആ കാലത്ത് എനിക്കൊരു ബ്രേക്ക് ആയത് ജെലീറ്റയ്ക്കു വേണ്ടി ഭീമയുടെ പരസ്യം ചെയ്തതാണ്. പിന്നെ മേളം, മഹാവീർ ടീ തുടങ്ങിയ ക്ലൈന്റുകൾക്കു വേണ്ടിയൊക്കെ പരസ്യം ചെയ്തു. 1988 ൽ വാങ്ങിയ ഒരു മീഡിയം ഫോർമേറ്റ് ക്യാമറ കയ്യിലുണ്ടായിരുന്നു. അതിലാണ് ഈ പരസ്യങ്ങളൊക്കെ ചെയ്യുന്നത്.

ഒരിക്കലും ഒന്നിലും സ്പെഷ്യലൈസ് ചെയ്യാൻ ശ്രമിച്ചിട്ടില്ല. പക്ഷേ ചില ഫോട്ടോകൾ ശ്രദ്ധ







ക്കപ്പെടുമ്പോൾ പിന്നെ വരുന്ന പല പ്രൊജക്റ്റുകളും അതു പോലെ തന്നെയുള്ള പ്രൊഡക്റ്റുകളുടേതാവും. ഇരുപതിലേറെ കറി പൗഡറുകളുടെ ഫോട്ടോഷൂട്ട് ഇതിനകം ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. അതിൽ ഇത്യാസ് സ്പൈസ് ഫമേലിന്റെ വർക്ക് ഏറെ ശ്രദ്ധിക്കപ്പെട്ടതാണ്. അതുപോലെ തന്നെ ഹോട്ടലുകളുടെ പരസ്യവും, വൈറ്റ് ഫോർട്ട് ഹോട്ടലിന്റെ പരസ്യം ശ്രദ്ധിക്കപ്പെട്ടപ്പോൾ വേറെ കുറേ ഹോട്ടലുകാർ സമീപിച്ചു. കാസിനോ ഗ്രൂപ്പിനു വേണ്ടി പരസ്യം ചെയ്യുന്നത് അങ്ങനെയാണ്. കുമാരകം ലേക്ക് റിസോർട്ട്, ഗിരി പൈ, അബാദ് ഗ്രൂപ്പ്, ലേ മെറിഡിയൻ, ഇന്റീരിയർ ഡിസൈനർ പി. കെ. ആർ. മേനോന്റെ പ്രൊജക്റ്റുകൾ, ഭീമ, ഈസ്റ്റേൺ തുടങ്ങി ഒരുപാട് ക്ലൈന്റുകൾക്കു വേണ്ടി പിന്നീട് ഫോട്ടോകൾ എടുക്കാൻ സാധിച്ചു. 'വിശ്വാസം അതല്ലേ എല്ലാം' എന്ന കല്യാണിന്റെ ക്യാമ്പയിനിൽപെട്ട നാഗർജ്ജുന, ശിവരാജ്കുമാർ എന്നിവർ അഭിനയിച്ച ഫോട്ടോ സെഷൻ ശ്രീകുമാരിനു വേണ്ടി ചെയ്യാൻ സാധിച്ചു. ശ്രീകുമാർ മേനോനു മായുള്ള നല്ല സൗഹൃദം കുറേയധികം നല്ല വർക്കുകൾ ചെയ്യുവാൻ അവസരമൊരുക്കി.

**കരിയറിലെ ചലഞ്ചിംഗ് ആയൊരു അനുഭവം?**

കാസിനോയുടെ പ്രൊജക്റ്റ് തന്നെയാണത്. കാസിനോയുടെ എംപി ജോസ് ഡൊമിനിക് സാറുമായിട്ടായിരുന്നു ആദ്യത്തെ മീറ്റിംഗ്. കക്ഷി ആദ്യം തന്നെ കുറേ ഫോട്ടോഗ്രാഫറുകൾ കാണിച്ചു. അവയെല്ലാം വിവിധ രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള മികച്ച ഫോട്ടോഗ്രാഫറുമാരുടെ ചിത്രങ്ങളായിരുന്നു. ഈ ഫ്രെയിമുകൾ ഒന്നും ഇനി ആവർത്തിക്കേണ്ട. ഇതിലും നല്ല, വ്യത്യസ്തമായ ഫോട്ടോ എടുക്കാൻ പറ്റിയാൽ എടുത്തോളൂ. അല്ലെങ്കിൽ വേണ്ട. അത്രയേ പറഞ്ഞുള്ളൂ കക്ഷി. അതി പ്രഗത്ഭരായ ഫോട്ടോഗ്രാഫർമാർ എടുത്ത ഫോട്ടോകൾ ആണ് മുന്നിൽ ഇട്ടു തന്നത്. ഒറ്റയടിക്ക് ഒരു യെസ് പറയാൻ കഴിയില്ല, നോ പറഞ്ഞാൽ തോറ്റു പോകലാവും. അതിനും കഴിയില്ല. അതായിരുന്നു അവസ്ഥ. എന്തായാലും ഒന്നു രണ്ടു ദിവസം അവിടെ പോയി താമസിക്കു. ലൊക്കേഷൻ ഒക്കെ കണ്ട് നോക്കിയിട്ട് തീരുമാനിച്ചാൽ മതി യെന്ന് ഒരു സാവകാശം തന്നു ജോസ് സാർ. അങ്ങനെ ഫോർട്ട് കൊച്ചിയിലെ ബ്രണ്ടൻ ബോട്ട്യാർഡിൽ 2 ദിവസം താമസിക്കാനുള്ള സൗകര്യവും ഒരുക്കി തന്നു. അവിടുത്തെ ലൈറ്റ്, ലൈറ്റിന്റെ മൂവ്മെന്റ് ഒക്കെ നോക്കി ഞാനവിടെ രണ്ടു ദിവസം ചുറ്റി നടന്നു. കുറച്ചു സാമ്പിൾ ഫോട്ടോകൾ പകർത്തി. ആ ഫോട്ടോകൾ കണ്ടപ്പോൾ കാസിനോ ഗ്രൂപ്പിനും ഇഷ്ടമായി.

**ഫോട്ടോഗ്രാഫിയിൽ 25 വർഷങ്ങൾ പൂർത്തിയാവുന്നു. തിരിഞ്ഞു നോക്കുമ്പോൾ എന്തു തോന്നുന്നു?**

പോയ വർഷങ്ങളെ കുറിച്ചൊന്നും ഓർക്കാറില്ല. പക്ഷേ ഓരോ ഫോട്ടോ ഷൂട്ടും സ്വയം മെച്ചപ്പെടാൻ സഹായിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഞാനൊക്കെ ഫോട്ടോഗ്രാഫി തുടങ്ങുന്ന കാലത്തെ സാഹചര്യമല്ല ഇന്ന്. ഇപ്പോൾ പ്രതിയേറുള്ള നിരവധി ചെറുപ്പക്കാർ ഈ രംഗത്തുണ്ട്. കൂടുതൽ പ്രൊഫഷണലുകൾ വന്നപ്പോൾ അവസരങ്ങളും കൂടുതലായി സൃഷ്ടിക്കപ്പെടുന്നുണ്ട്. എല്ലാവർക്കും ധാരാളം വർക്കുകൾ ലഭിക്കുന്നുണ്ട്. ഫോട്ടോഗ്രാഫിയെ ഒരു പ്രൊഫഷനായിതന്നെ സമൂഹം കാണുന്നുണ്ട് ഇന്ന്. ചെയ്യുന്ന ജോലി ഏറ്റവും ആത്മാർത്ഥമായി ചെയ്യുക വിജയം കൂടെയുണ്ടാകും.



# സത്യദർശനത്തിന്റെ ആദ്യാക്ഷര ജ്യോതിസ്

Publishers of:

Deepika Daily  
Rashtra Deepika  
Business Deepika  
Karshakan  
Sthreedhanam  
Rashtra Deepika Cinema  
Kuttikalude Deepika  
Children's Digest  
deepika.com



THE FIRST MALAYALAM DAILY ESTD 1887

**Rashtra Deepika Ltd.**

Registered Office & Head Office: Rashtra Deepika Ltd,  
College Road, Kottayam, Kerala - Pin - 686001  
Phone: 0481 - 3012222, Fax: 0481 - 3012006



# സക്സസ് പിതമിഡ്



## റായ് ബഹാദൂർ മോഹൻസിംഗ് ഒബ്റോയിയുടെ കഥ



‘ഗതകാലാനുഭവങ്ങളിൽ നിന്ന് പഠിച്ച് ആ അനുഭവ പാഠങ്ങളെ വഴികാട്ടിയാക്കിയില്ലെങ്കിൽ ദുരാനുഭവങ്ങൾ നമ്മേ നിരന്തരം വേട്ടയാടിക്കൊണ്ടിരിക്കും.’

സ്പെൻസർ ജോൺസൺ

### കഴിഞ്ഞ ലക്കത്തിൽ....

ഏതൊരു വ്യക്തിക്കും ജീവിതത്തിൽ ഉന്നതമായ നിലയിലെത്തിച്ചേരാൻ സാധിക്കും. ഹോട്ടൽ വ്യവസായ രംഗത്തെ പ്രമുഖനായി മാറിയ മോഹൻ സിംഗ് ഒബ്റോയിയുടെ ചരിത്രം ഇതോർമ്മിപ്പിക്കുന്നു. കുടുംബ പരായീനത മൂലം ഒരു ജോലിക്കു വേണ്ടി പല സ്ഥലങ്ങളിലും കയറിയിറങ്ങി ഒന്നും ലഭിക്കാതെ വന്നപ്പോൾ സെസിൽ എന്ന വമ്പൻ ഹോട്ടലിൽ ജോലിയന്വേഷിച്ചു കയറിയെന്നു. എന്നാൽ അവിടെ ലഭിച്ച സ്വീകരണം നിരാശാജനകമായിരുന്നു.. മാനേജർ വരുമ്പതു വരെ അദ്ദേഹം കാത്തിരുന്നു...

തുടർന്നു വായിക്കുക

സെസിൽ ഹോട്ടലിന്റെ മുന്നിൽ നിന്ന് ആട്ടിയോടിക്കാൻ ശ്രമിച്ചെങ്കിലും ഒബ്റോയ് കുലുങ്ങിയില്ല. താനിവിടെ ഒരു ജോലിക്കാരനായി കയറിക്കൂടാതെ പിൻതിരിയില്ലെന്ന് ഒബ്റോയ് ഉറപ്പിച്ചു. മാനേജർ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നതുവരെ ക്ഷമയോടെ കാത്തിരുന്നു.

ഒടുവിൽ ആ ഹോട്ടലിൽ ഒരു ക്ലാർക്കിന്റെ ജോലി ലഭിച്ചു ഒബ്റോയ്ക്ക്. മാസശമ്പളം 50 രൂപ. താമസവും ഹോട്ടലിൽ തന്നെ. ജീവിക്കാൻ എന്തെങ്കിലുമൊരു ജോലി തേടി നടന്ന ഒബ്റോയ് ഹോട്ടലിലെത്തിയത് ദൈവനിശ്ചയമെന്നേ പറയുവാൻ കഴിയൂ.

ആ മനുഷ്യൻ ഈ ബിസിനസിൽ എത്തിയതോടെ ജീവിതം മുഴുവൻ അതിനുവേണ്ടി സമർപ്പിക്കുവാൻ തയ്യാറായി. താൻ സെസിൽ പോലൊരു ഹോട്ടലിന്റെ ഉടമയാകുന്നതായിരുന്നു അന്നൊക്കെ അദ്ദേഹം മനസിൽ സൂക്ഷിച്ചിരുന്ന ഏറ്റവും വലിയ മോഹം.

അന്നത്തെ ഹോട്ടൽ മാനേജർ ഡഗ്ലസ് ഗ്രോവിനും അദ്ദേഹത്തിന്റെ പിൻഗാമിയായി വന്ന ഏണസ്റ്റ് ക്ലാർക്കിനും ഒബ്റോയ് പ്രിയങ്കരനായിരുന്നു. ഇരുവരും ബ്രിട്ടീഷുകാർ.

ഇതിനിടെ ഒബ്റോയ് ചീഫ് ക്ലാർക്കായി ഉയർന്നു. രണ്ടു വർഷം

**രണ്ടാം ലോകമഹായുദ്ധകാലത്ത് ആയിരക്കണക്കിന് ഭടന്മാർക്ക് ഗ്രാൻഡ് താമസ സൗകര്യം നൽകിയിരുന്നു. യുദ്ധ കാലത്ത് ഒബ്റോയ് നൽകിയ സേവനത്തെ റായ് ബഹാദൂർ സ്ഥാനം നൽകിയാണ് ബ്രിട്ടീഷ് ഭരണകൂടം ആദരിച്ചത്.**

കഴിഞ്ഞപ്പോൾ സിംഗിലെ മറ്റൊരു ഹോട്ടലായ കാൾട്ടൺ വാടകയ്ക്കെടുക്കാൻ ഏണസ്റ്റ് ക്ലാർക്ക് തീരുമാനിച്ചു. സെസിൽ ഹോട്ടൽ വിട്ട ഏണസ്റ്റ് ഒബ്റോയിയേയും തന്നോടൊപ്പം കൂട്ടി. കാൾട്ടൺ ഹോട്ടലിന്റെ മുഖച്ഛായ മാറ്റിയ അവർ അതിന് പുതിയ പേരിട്ടു. ക്ലാർക്ക്സ് ഹോട്ടൽ . ഇതിന്റെ അസിസ്റ്റന്റ് മാനേജർ സ്ഥാനത്തായിരുന്നു ഒബ്റോയ്.

## Oberoi Hotels & Resorts



1933 ൽ കൊൽക്കത്തയിൽ പടർന്നു പിടിച്ച കോളറ ഗ്രാൻഡ് ഹോട്ടലിൽ താമസിച്ചിരുന്ന നൂറിലേറെ വിദേശികളുടെ ജീവൻ അപഹരിച്ചിരുന്നു. ഇത്തേങ്ങുടർന്ന് അടച്ചുപൂട്ടിയ ഹോട്ടലാണ് വാടകയ്ക്ക് കൊടുക്കാൻ തീരുമാനിച്ചത്.

ഉടൻതന്നെ ഒബ്റോയ് കൊൽക്കത്തയിലെത്തി. 10000 രൂപയായിരുന്നു മാസവാടകയായി ആവശ്യപ്പെട്ടിരുന്നത്. ഉദ്യോഗി ശാപം ഉപകാരം എന്നതുപോലെ ഹോട്ടലിനുണ്ടായ ചീത്തപ്പേര് ചുണ്ടിക്കാട്ടി ഒബ്റോയ് വിലപേശി. 7,000 രൂപയ്ക്ക് അദ്ദേഹം ഗ്രാൻഡ് ഹോട്ടൽ കൈപ്പിടിയിലൊതുക്കി. ലിക്വിഡേറ്റർക്ക് ഒരു നിർബന്ധം മാത്രമേ ഉണ്ടായിരുന്നുള്ളൂ, മാനേജർ യൂറോപ്യനായിരിക്കണം. അതുകേട്ടപ്പോൾ തനിക്ക് ആദ്യമായി ജോലി നൽകിയ ഡഗ്ലസ് ഗ്രോവിന്റെ മുമ്പം അദ്ദേഹത്തിന്റെ മനസിൽ തെളിഞ്ഞു. പിന്നെ ഗ്രാൻഡിന്റെ ചുമതല ഡഗ്ലസ് ഗ്രോവിനെ ഏൽപ്പിച്ചു.

സ്റ്റോറിലെ കാര്യങ്ങൾ നോക്കുക മുതൽ ഹോട്ടലിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ നിയന്ത്രിക്കുക വരെ ചെയ്യേണ്ട തസ്തിക. ഒരു അതിഥിക്ക് ഒരു പരിചാരകൻ എന്നായിരുന്നു അന്നൊക്കെ ഹോട്ടലുകളിലെ രീതി. ഇത് ആശയക്കുഴപ്പവും ഹോട്ടലിന് നഷ്ടവും വരുത്തിവയ്ക്കുമെന്ന് മനസ്സിലാക്കിയ ഒബ്റോയ് പതിവുരീതിയിൽ മാറ്റം വരുത്തി. ഹോട്ടലിലേക്ക് കൊണ്ടുവരുന്ന പഴവും പച്ചക്കറിയും മാംസവും വരെ അദ്ദേഹത്തിന്റെ സൂപ്പർമാർഷ്കൾ അരിച്ചുപെറുക്കി പരിശോധിക്കുമായിരുന്നു. എന്തെങ്കിലും കുറ്റവും കുറവും കണ്ടാൽ അത് തിരുത്താതെ പിന്നെ അടങ്ങുന്ന പ്രശ്നമില്ല. ഇതെല്ലാം ഏണസ്റ്റ് ഏറെ ശ്രദ്ധിക്കുന്നുണ്ടായിരുന്നു. അങ്ങനെ 1930കളുടെ ഒടുവിൽ ഒബ്റോയിയെ ഹോട്ടലിന്റെ ചുമതല ഏൽപ്പിച്ച ശേഷം ഏണസ്റ്റ് ഇംഗ്ലണ്ടിലേക്ക് പോയി. ഒരു വർഷം കഴിഞ്ഞ് അദ്ദേഹം തിരിച്ചെത്തിയപ്പോൾ ഹോട്ടലിലെ വരുമാനം ഇരട്ടിയായിക്കവിഞ്ഞിരുന്നു. ഏതാണ്ട് മൂന്ന് നാല് മാസം കഴിഞ്ഞപ്പോൾ നാട്ടിലേക്ക് സ്ഥിരമായി താമസം മാറ്റാൻ ഏണസ്റ്റ് തീരുമാനിച്ചു. തന്റെ ഹോട്ടൽ ഒബ്റോയിക്ക് വിലയ്ക്ക് കൊടുക്കാമെന്നും പണമുണ്ടാകുമ്പോൾ നൽകിയാൽ മതിയെന്നും അദ്ദേഹം വാഗ്ദാനം ചെയ്തു. ഏണസ്റ്റ് നീട്ടിയ ഭാഗ്യരത്നം ഇരുകൈകളും നീട്ടി വാങ്ങിയ ഒബ്റോയ് അങ്ങിനെ 50 മുറികളുള്ള ആ ഹോട്ടലിന്റെ ഉടമയായി മാറി. ഹോട്ടൽ രാജാവ് പടയോട്ടത്തിൽ വെട്ടിപ്പിടിച്ച ആദ്യത്തെ നാട്ടു രാജ്യമായിരുന്നു ക്ലാർക്ക്സ് ഹോട്ടൽ.

പിന്നീടൊരിക്കൽ ന്യൂസ് പേപ്പർ വായിക്കവേ ലിക്വിഡേറ്ററുടെ നോട്ടീസിൽ ഒബ്റോയിയുടെ കണ്ണുകൾ ഉടക്കി. കൊൽക്കത്തയിൽ 500 മുറികളുള്ള ഒരു ഹോട്ടൽ വാടകയ്ക്ക് കൊടുക്കാനുണ്ടെന്നൊരു പരസ്യം കണ്ടു.

രണ്ടാം ലോകമഹായുദ്ധകാലത്ത് ആയിരക്കണക്കിന് ഭടന്മാർക്ക് ഗ്രാൻഡ് താമസ സൗകര്യം നൽകിയിരുന്നു. യുദ്ധകാലത്ത് ഒബ്റോയ് നൽകിയ സേവനത്തെ റായ് ബഹാദൂർ സ്ഥാനം നൽകിയാണ് ബ്രിട്ടീഷ് ഭരണകൂടം ആദരിച്ചത്. ആ സ്ഥാനപ്പേരിൽ അറിയപ്പെടാനാണ് അദ്ദേഹം എന്നും ആഗ്രഹിച്ചത്. കൊൽക്കത്തയിലെത്തിയ ഒബ്റോയിയുടെ വളർച്ച പിന്നീട് ആ നഗരത്തെ കേന്ദ്രമാക്കിയായിരുന്നു. വൻ നഗരങ്ങളിലെല്ലാം ഹോട്ടൽ തുറന്ന അദ്ദേഹം വിദേശത്തേക്കും തന്റെ വ്യവസായ സാമ്രാജ്യം വ്യാപിപ്പിച്ചു. കൊൽക്കത്തയെ ഏറെ സ്നേഹിച്ചിരുന്ന ഒബ്റോയ് അരനൂറ്റാണ്ടുകാലം ജീവിച്ചത് കൊൽക്കത്തയിലായിരുന്നു. അദ്ധ്വാനമാണ് മനുഷ്യന്റെ ശക്തിയെന്ന് വിശ്വസിക്കുന്ന ഒബ്റോയ് ദിവസവും ഏതാണ്ട് 16 മണിക്കൂർ ജോലി ചെയ്യുമായിരുന്നു.

ഒരു കാര്യമോർക്കുക. ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും വലിയ വ്യവസായമായി അറിയപ്പെടുന്നത് എണ്ണ വ്യവസായമാണ്. അത് കഴിഞ്ഞാൽ തൊട്ടടുത്തത് ടൂറിസം. റോക്കറ്റിന്റെ വേഗതയിലാണ് ലോക ടൂറിസം ഇന്ന് വളർന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. ടൂറിസം എന്നു പറയുമ്പോൾ വളരെ അധികം ഘടകങ്ങൾ ഉൾപ്പെടുമെങ്കിലും അതിന്റെ ആത്മാവും ഗ്ലാമറും ഹോട്ടൽ വ്യവസായം തന്നെയാണ്. അതായത് ഫൈവ് സ്റ്റാർ ഹോട്ടലുകൾ നഗരങ്ങളുടെ ചക്രവാളങ്ങളായി മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന കാഴ്ചയാണ് കണുന്നത്.

ഒന്നുമില്ലായ്മയിൽ നിന്ന് വലിയൊരു സാമ്രാജ്യം പടുത്തുയർത്തിയത് ഒബ്റോയ് മാത്രമാണെന്നു കരുതരുത്. ഹോട്ടൽ വ്യവസായരംഗത്തുതന്നെ ഇതിനേക്കാൾ കഷ്ടപ്പാടനുഭവിച്ച് വളർന്നുവന്നവർ ഏറെപ്പേരുണ്ട് അവരുടെ ജീവിതാനുഭവങ്ങൾ വഴിയെ വിവരിക്കാം. ●

അലസമായ കരം ദാരിദ്ര്യം വരുത്തിവയ്ക്കുന്നു. സ്ഥിരോത്സാഹിയുടെ കൈ സമ്പത്ത് നേടുന്നു.  
- സുഭാഷിതങ്ങൾ 10.4



### ജോഷി ജോർജ്ജ്

joshygeorgecartoonist@gmail.com

പത്രപ്രവർത്തകനും ടി.വി. അവതാരകനും മൈൻഡ് പവർ ട്രെയ്നറുമാണ് ലേഖകൻ.



# പരസ്യങ്ങളുടെ മനശാസ്ത്രം

നിങ്ങൾ എന്റെ പിന്നാലെ വരിക ഞാൻ നിങ്ങളെ മനുഷ്യരെ പിടിക്കുന്നവരാക്കാം.

ഒരു പക്ഷെ ചരിത്രത്തിൽ രേഖപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ള ആദ്യത്തെ പരസ്യവാചകം ഇതാകാം. ഇതു 2000 വർഷങ്ങൾക്കു മുൻപ് ക്രിസ്തു കടലിൽ മീൻ പിടിക്കുന്ന കുറച്ചു മൂക്കുവരോട് പറഞ്ഞതാണ്. അതു കേട്ട ഉടനെ തന്നെ യാതൊരു സംശയവും കൂടാതെ അവർ തങ്ങളുടെ വലയും വള്ളവും ഉപേക്ഷിച്ചു ആ അപരിചിതനെ അനുഗമിച്ചു. ഇതാണ് കഥ.

എല്ലാപരസ്യങ്ങളിലും അതിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന വാചകങ്ങളിലും മന:ശാസ്ത്രപരമായ ചില സങ്കേതങ്ങൾ അറിഞ്ഞോ അറിയാതെയോ ഉപയോഗിക്കുന്നതായി കാണാം. പല വലിയ ദേശീയ പരസ്യ കമ്പനികളും വിദഗ്ദ്ധരായ മന:ശാസ്ത്രജ്ഞന്മാരുടെ സേവനം ഉപയോഗിക്കുന്നവരാണ്. ആരെ ഉദ്ദേശിച്ചാണ് ഈ പരസ്യം നിർമ്മിക്കുന്നത്, ആരിലാണ് ഈ പരസ്യത്തിന്റെ സന്ദേശം എത്തേണ്ടത്, എന്താണ് അവരുടെ സാമൂഹിക, സാമ്പത്തികഘടന എന്നെല്ലാം പഠിച്ചതിനുശേഷം കണ്ടെത്തുന്ന ദൃശ്യങ്ങളും പരസ്യവാചകങ്ങളും നിശ്ചയിക്കുന്നത് ഈ മന:ശാസ്ത്രജ്ഞന്മാരാണ്.

പരസ്യങ്ങൾക്ക് നിർബന്ധമായും ഉണ്ടായിരിക്കേണ്ട ചില മന:ശാസ്ത്ര ഘടകങ്ങൾ ഉണ്ട്. ഉപഭോക്താവിനെ ആകർഷിക്കാൻ കഴിയണം അവന്റെ ശ്രദ്ധ പരസ്യത്തിൽ കേന്ദ്രീകരിക്കണം എന്നൊക്കെയാണ് ഇതിന്റെ ലക്ഷ്യം.

ഇവിടെ നമുക്ക് ആദ്യം പറഞ്ഞ പരസ്യവാചകം

ഡോ. കെ. എസ്. ഡേവിഡ്  
M.A, M.P.S.W.(TISS), Ph.D



ശ്രദ്ധിക്കാം. ഞാൻ നിങ്ങളെ മനുഷ്യരെ പിടിക്കുന്നവരാക്കാം. മൂക്കു വൻമാർ ശ്രദ്ധിച്ചത് ഇതിലുള്ള പുതുമയാണ്. അതുവരെ മത്സ്യം മാത്രം പിടിച്ചിരുന്നവർക്ക് മനുഷ്യരെ പിടിക്കുന്ന കാര്യം കേട്ടപ്പോൾ എന്താണെന്ന് മനസ്സിലായില്ലെങ്കിലും എന്തോ പുതുമയുള്ള കാര്യമാണെന്ന് അവർ തിരിച്ചറിഞ്ഞു. പിന്നീട് അവർ ചിന്തിച്ചത് തങ്ങൾക്കു എന്തു നേട്ടം ഉണ്ടാകും എന്ന് തന്നെയായിരിക്കണം. പരമ്പരാഗതമായി കടലിൽ അദ്ധ്വാനിച്ചു കാര്യമായ വരുമാനം ഒന്നും ഇല്ലാതിരുന്നവർക്ക് ചെറിയ മത്സ്യങ്ങൾക്ക് പകരം വലിയ മനുഷ്യനെ പിടിക്കുന്ന കാര്യം ചില പ്രത്യാശ നൽകി എന്നതാണ് സത്യം. മനുഷ്യനെ പിടിച്ചു എന്തുചെയ്യും എന്നൊന്നും ചിന്തിക്കാൻ അവർ മെനക്കെട്ടില്ല. അത്തരം ലോജിക്കൊന്നും പരസ്യത്തിന്റെ ആകർഷണ വലയത്തിൽപ്പെട്ടാൽ തോന്നുകയില്ല. എന്തോ വലിയ

എല്ലാ പരസ്യങ്ങളിലും അതിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന വാചകങ്ങളിലും മന:ശാസ്ത്രപരമായ ചില സങ്കേതങ്ങൾ അറിഞ്ഞോ അറിയാതെയോ ഉപയോഗിക്കുന്നതായി കാണാം.

ലാഭം കിട്ടുന്ന പരിപാടിയാണെന്ന് മാത്രം ചിന്തിച്ചു അവർ വലയും വള്ളവും ഉപേക്ഷിച്ച് പുതിയ ബിസിനസ്സിൽ പങ്കാളികളാകാൻ തീരുമാനിച്ചു. ആദ്യ, മാഞ്ചിയം പരസ്യങ്ങളിൽ പെട്ട് പണം മുടക്കാൻ തയ്യാറാകുന്നവരുടെയും മാനസിക നില ഇതു തന്നെയാണ്. അതിന്റെ പ്രായോഗികതയൊന്നും അപ്പോൾ തലയിൽ കയറുകയില്ല. ലഭിക്കാൻ പോകുന്ന ലാഭത്തിന്റെ കണക്കു മാത്രമായിരിക്കും മനസ്സിൽ ഉള്ളത്-മലർപ്പൊടിക്കാരന്റെ സ്വപ്നം പോലെ.

രണ്ടു തരത്തിലുള്ള പരസ്യങ്ങളാണ് ഉള്ളത്, ഒന്ന് ഒരു വിവരം അറിയിക്കാൻ മാത്രം. "കോഴിക്കോട്ടേക്ക് പോകുന്ന ട്രെയിൻ രണ്ടാം നമ്പർ പ്ലാറ്റ്ഫോമിൽ ഏതാനും നിമിഷങ്ങൾക്കകം വന്നു ചേരും" എന്ന അറിയിപ്പ് ഉദാഹരണമാണ്. ഇവിടെ ആരെയും ആകർഷിക്കാൻ ഉദ്ദേശ്യമില്ല. ട്രെയിൻ കാത്തുനിൽക്കുന്നവർക്കുള്ള അറിയിപ്പ് മാത്രമാണ്. രണ്ടാമത്തെ വിഭാഗത്തിൽപ്പെട്ടത് ജനങ്ങളെ ആകർഷിക്കാനുള്ളതാണ് ഉദാഹരണമായി 'ചാരിയിരുന്നു ഉറങ്ങാൻ ശീതികരണ സൗകര്യമുള്ള ട്രെയിൻ ആണ് രണ്ടാം നമ്പർ പ്ലാറ്റ്ഫോമിൽ വരുന്നത്' എന്ന് വിളിച്ചു പറഞ്ഞാൽ അത് ഉപഭോക്താവിനെ ആകർഷിക്കാനുള്ള പരസ്യമാകും. ഇത്തരം പരസ്യങ്ങളിൽ പറയുന്ന കാര്യങ്ങൾ പലപ്പോഴും സത്യമാകണമെന്നില്ല. ചിലപ്പോൾ ഉപഭോക്താവിന്റെ അജ്ഞത ചൂഷണം ചെയ്യുന്നത് തന്നെയാകും.

നിറങ്ങൾ പരസ്യങ്ങളുടെ ആകർഷണീയത ഉറപ്പു വരുത്തുന്ന ഒന്നാണ്. അതും നിറങ്ങൾ എങ്ങനെ എവിടെ ഉപയോഗിക്കുന്നു എന്നതിനെ ആശ്രയിച്ചിരിക്കും.

വർഷങ്ങൾക്കു മുൻപ് ഒരു കമ്പനി തങ്ങളുടെ ബ്രാൻഡ് മഷിക്ക് വിൽപ്പനയിൽ ഇടിവു വന്നപ്പോൾ ഒരു പ്രത്യേക പരസ്യ വാചകം ഉപയോഗിച്ചതാണ് അവരെ രക്ഷപ്പെടുത്തിയത്, The only ink with SOLVE X ഇതായിരുന്നു ആ പരസ്യവാചകം. solveX എന്താണെന്നോ അതിന്റെ ഗുണങ്ങൾ എന്താണെന്നോ പരസ്യത്തിൽ പറഞ്ഞിരുന്നില്ല...ആർക്കും അറിയില്ല. മഷിയിൽ ചേർക്കുന്ന ഒരു സാധാരണ ചേരുവയ്ക്ക് കമ്പനിക്ക് ഇട്ട പേരാണ് solveX എന്താണെന്നു അറിയാത്തവർ തങ്ങൾക്ക് അറിയാം എന്ന് നടി ക്കുകയും അവരുടെ സങ്കല്പത്തിലുള്ള ഗുണ ഗണങ്ങൾ കാതോടു കാതോരം പ്രചരിപ്പിക്കുകയും ചെയ്തു. Solve x ഉള്ള മഷി ജനം അന്വേഷിച്ചു വാങ്ങാൻ തുടങ്ങുകയും മഷി വിപണിയിൽ രക്ഷപ്പെടുകയും ചെയ്തു.

നിറങ്ങൾ പരസ്യങ്ങളുടെ ആകർഷണീയത ഉറപ്പു വരുത്തുന്ന ഒന്നാണ്. അതും നിറങ്ങൾ എങ്ങനെ എവിടെ ഉപയോഗിക്കുന്നു എന്നതിനെ ആശ്രയിച്ചിരിക്കും. പണ്ടത്തെ സർഫിന്റെ പരസ്യം പലരും ഓർക്കുന്നുണ്ടായിരിക്കും. ഒറിജിനൽ സോപ്പുപൊടി ഉപയോഗിച്ചുകൊണ്ടാണ് അതിന്റെ ദൃശ്യാവിഷ്കാരം നടത്തിയത്. അതുകൊണ്ട് തന്നെ മറ്റൊരു തലവാചകവും ആവശ്യമായി വന്നില്ല.

ചിലതലവാചകങ്ങൾ നമുക്ക് ആ ഉത്പന്നത്തിന്റെ ഫീൽ തന്നെ ഉണ്ടാക്കും അല്ലെങ്കിൽ ആ ഉത്പന്നം നല്കുന്ന അനുഭൂതി. രാധാസ് സോപ്പിന്റെ

പരസ്യം അതിനൊരു ഉദാഹരണമാണ്. കസ്തുരി മഞ്ഞളിന്റെ കാന്തിയും രാമച്ചത്തിന്റെ കുളിരും ഒത്തുചേർന്ന പ്രകൃതിയുടെ സുഗന്ധം എന്ന് വായിച്ചു മുഴുവനാക്കുന്നതിനു മുൻപ് തന്നെ ഈ കുളിരും സുഗന്ധവും വായിക്കുന്നവനു അനുഭവപ്പെടും. ഒരു പക്ഷെ അക്കാലങ്ങളിൽ മലയാളത്തിൽ ഉണ്ടായ ഏറ്റവും മനോഹരമായ പരസ്യവാചകം ഇതായിരുന്നിരിക്കണം. അതുപോലെ അമൂലിന്റെ ഒരു പരസ്യവാചകം ശ്രദ്ധിക്കൂ. Utterly Buttery Delicious വായിൽ വെള്ളമുറാതിരിക്കുമോ ?

അതുപോലെതന്നെ പ്രധാനപ്പെട്ടതാണ് ഒരു പരസ്യം എങ്ങനെ എപ്പോൾ അവതരിപ്പിക്കണമെന്നതും അമേരിക്കയിലെ ഒരു ലഘു പാനീയ കമ്പനി ഉപയോഗിച്ചത് മനുഷ്യന്റെ തലച്ചോറിന്റെ ചില പ്രത്യേകതകൾ ചൂഷണം ചെയ്യുന്ന വിധത്തിലുള്ള പരസ്യാവതരണ സങ്കേതമായിരുന്നു. അവർ ചെയ്തത് ഒന്നു മാത്രമായിരുന്നു. തിയേറ്ററിൽ ഓടുന്ന ഒരു ഫീച്ചർ ഫിലിമിന്റെ ഇടയിൽ ഓരോ 200 ഫ്രെയിമിനു ശേഷവും തങ്ങളുടെ പരസ്യത്തിന്റെ ഒരു ഫ്രെയിം മാത്രം കൂട്ടിച്ചേർത്ത് ഫിലിം ഓടിച്ചു. ആർക്കും ഒന്നും വായിക്കാൻ കഴിഞ്ഞില്ല. അതുകൊണ്ട് തന്നെ വീണ്ടും വീണ്ടും പെട്ടെന്ന് ഒരു മിന്നായം പോലെ വന്നുപോകുന്ന പരസ്യം കണ്ടു മനസ്സിലാക്കാൻ അവർ ശ്രമിച്ചു. പെട്ടെന്ന് വന്നു പോകുന്ന ഈ ഫ്രെയിമിൽ നിന്നും അവരുടെ തലച്ചോർ പരസ്യത്തിന്റെ രൂപം സൃഷ്ടിച്ചു. ഒരു ദൃശ്യം കണ്ടാൽ അത് ഒരു സെക്കന്റിന്റെ നൂറിൽ ഒരു ഭാഗം സമയം ഓർത്തിരിക്കാൻ കഴിയുന്ന മനുഷ്യ തലച്ചോറിന്റെ പ്രത്യേകതയാണ് അവർ ചൂഷണം ചെയ്തത്. ഈ പ്രത്യേകത തന്നെയാണ് നിശ്ചല ചിത്രങ്ങൾ ചലനാത്മകമാക്കുന്ന നമ്മുടെ സിനിമയുടെ സങ്കേതവും.

പക്ഷെ ഇവിടെ നടന്നത് നാല് കാര്യങ്ങളാണ്

ഒന്ന്. സിനിമ ശരിക്കും കാണാത്തതുകൊണ്ട് സിനിമയുടെ കഥ ആർക്കും അറിയില്ലായിരുന്നു.

രണ്ട്. 90 ശതമാനം ആളുകളും ശീതള പാനീയത്തിന്റെ പേര് മനസ്സിലാക്കിയിരുന്നു.

മൂന്ന്. ഇവരിൽ 70 ശതമാനം പേരും ഈ പാനീയം കുടിക്കുവാനുള്ള അദൃശ്യമായ ആഗ്രഹവും ആയിട്ടാണ് പുറത്തിറങ്ങിയത്.

നാല്. ഹാളിനു പുറത്തെ സ്റ്റാളുകളിൽ സൂക്ഷിച്ചിരുന്ന മുഴുവൻ കുപ്പികളും വിറ്റു തീർന്നു.

അമേരിക്കൻ മാനസികാരോഗ്യ വിഭാഗത്തിന്റെ ഉപദേശമനുസരിച്ച് പിന്നീട് അമേരിക്കൻ സർക്കാർ ഇത്തരം പരസ്യങ്ങൾ നിരോധിച്ചു. ജനശ്രദ്ധ നേടാൻ മനശാസ്ത്രപരമായ നീക്കങ്ങൾ വേറെയും നിരവധി ഉണ്ടായിട്ടുണ്ട്.

ഏതാനും വർഷങ്ങൾക്കു മുൻപ് ബോംബെ (ഇന്ന് മുംബൈ) മറൈൻഡ്രെവിൽ എയർ ഇന്ത്യയുടേതായി ഒരു വലിയ പരസ്യ ബോർഡ് ഉണ്ടായിരുന്നു. ഓരോ ദിവസവും അന്നത്തെ പ്രധാന വാർത്തകൾ ചിത്രങ്ങളായി ബോർഡിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുകയും എയർ ഇന്ത്യയുടെ ചിഹ്നമായ മഹാരാജ വിവിധ ഭാവങ്ങളിൽ അവതരിപ്പിക്കപ്പെടുകയും ചെയ്തു. പതിനായിരങ്ങളാണ് ദിവസവും ഈ ബോർഡ് ശ്രദ്ധിച്ചിരുന്നത്. അമേരിക്കയിലെ വാട്ടർഗേറ്റ് സംഭവത്തോടനുബന്ധിച്ച് മഹാരാജ മുട്ടുകുത്തി നിന്ന് പ്രാർത്ഥിക്കുന്ന ഒരു ചിത്രമാണ് അവതരിപ്പിച്ചത്. ക്യാപ്ഷൻ ഇങ്ങനെ

"He doesn't know what he does".

വാർത്തകൾക്കൊപ്പം എയർ ഇന്ത്യ എന്ന ബ്രാൻഡ്നെയിമും ജനഹൃദയങ്ങളിൽ ആഴത്തിൽ പതിഞ്ഞു.



# കോൺസാർവ്വേഷൻ ബജറ്റ്?



## ഡോ. മാർട്ടിൻ പാളിക്

റിട്ടയേർഡ് ഇക്കണോമിക്സ് പ്രൊഫസർ, സാമ്പത്തിക വിദഗ്ദ്ധൻ, ടി.വി. പത്രമായു മങ്ങളിൽ തുടർച്ചയായി സാമ്പത്തിക വീക്ഷണങ്ങൾ അവതരിപ്പിച്ചു വരുന്നു.

2015-16 ലെ ബജറ്റ് ഫെബ്രുവരി 28 ന് ലോക്സഭയിൽ അവതരിപ്പിക്കുകയുണ്ടായി. തുടർന്നു, രാഷ്ട്രീയ വ്യത്യാസങ്ങളും വിവിധ മേഖലകളിലെ വിദഗ്ദ്ധരും ബജറ്റിനെ കുറിച്ച് സാധാരണപോലെ അഭിപ്രായപ്രകടനം നടത്തുകയുണ്ടായി. പ്രതിപക്ഷം നിരാശാജനകം എന്നു വിശേഷിപ്പിച്ചപ്പോൾ അത്യുജ്ജ്വലം, അസാധാരണം എന്നീ തിലകകുറികൾ ചാർത്തിയാണ് ഭരണപക്ഷം തിരിച്ചടിച്ചത്. വിദഗ്ദ്ധരാകട്ടെ സമ്മിശ്ര പ്രതികരണങ്ങളാണ് നടത്തിയത്. ടി.വി. ചാനലുകളിലെ ചർച്ചകളിൽ പങ്കെടുത്തോളം ഇടതടവില്ലാതെ കേട്ട ജനം സംശയത്തിന്റെ ചൂഴ്ന്നിരുപ്പാട്ടു മുക്കത്തു വിരൽ വെച്ചു ചോദിച്ചു, എന്താണ് സത്യം?, ആർക്കു വേണ്ടിയുള്ളതാണീ ബജറ്റ്?

2015-16 വർഷത്തേക്ക് അവതരിപ്പിച്ച ജയ്റ്റിലിയുടെ ബജറ്റ് ഉയർന്ന സാമ്പത്തിക വളർച്ചയും (മൂന്നു വർഷത്തിനകം ഇരട്ട അക്കം) കുറഞ്ഞ വിലക്കയറ്റവുമാണ് (ശരാശരി മൂന്നു ശതമാനം) ലക്ഷ്യം വയ്ക്കുന്നത്. ഇതിനനുസൃതമായ സാഹചര്യം മെച്ചപ്പെടുത്തുകയെന്നതാണ് ബജറ്റിലെ നിർദ്ദേശങ്ങളുടെ ഉദ്ദേശ്യം. നിക്ഷേപം, സമ്പാദ്യം തുടങ്ങിയ എല്ലാ ഘടകങ്ങളും മെച്ചപ്പെടുത്തി വളർച്ച ത്വരിതപ്പെടുത്തുകയെന്ന കാര്യമായ ലക്ഷ്യം തന്നെയാണ് ബജറ്റിലുള്ളത്. ഇത് പുതിയ കാര്യമല്ല, മുൻബജറ്റുകളുടെ ആവർത്തനം മാത്രം. വളർച്ച, ധനക്കമ്മി എന്നിവയ്ക്കായി തയ്യാറാക്കിയ റോഡ് ടോപ്പിൽ പോലും പുതുതമ അവകാശപ്പെടാനില്ല.

### നല്ല വശങ്ങൾ

ഈ ബജറ്റിന്റെ പ്രധാനപ്പെട്ട നല്ല നിർദ്ദേശങ്ങൾ എന്തൊക്കെയാണ് ?

അടിസ്ഥാന സൗകര്യമേഖലയ്ക്ക് 70,000 കോടി രൂപ ചെലവഴിക്കുമെന്ന പ്രഖ്യാപനം തന്നെയാണ് ഏറ്റവും ശ്ലാഘനീയമായ നിർദ്ദേശം. ഇതിനായി നികുതി രഹിത ഇൻഫ്രാസ്ട്രക്ചർ ബോണ്ടുകളിലൂടെ വിഭവസമാഹരണം നടത്താനാണ് ബജറ്റ് വിഭാവനം ചെയ്യുന്നത്. ഈ നിർദ്ദേശം ഫലപ്രാപ്തിയിലെത്തിയാൽ തീർച്ചയായും നമ്മുടെ അടിസ്ഥാന സൗകര്യ മേഖല കൂടുതൽ ശക്തമായി വികസിപ്പിക്കുകയും തദ്ദേശ വികസനക്കുതിപ്പ് യാഥാർത്ഥ്യമാവുകയും ചെയ്യും. പക്ഷെ എത്രകണ്ടു ഫലപ്രദമായി നികുതി രഹിത ബോണ്ടുകളിലൂടെ പണം സമാഹരിക്കാൻ കഴിയുമെന്ന സംശയം മുൻകാല അനുഭവത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഉന്നയിക്കുന്നു.

നികുതി രഹിത ഇൻഫ്രാസ്ട്രക്ചർ ബോണ്ടുകളിലൂടെ വിഭവസമാഹരണം നടത്താനാണ് ബജറ്റ് വിഭാവനം ചെയ്യുന്നത്. ഈ നിർദ്ദേശം ഫലപ്രാപ്തിയിലെത്തിയാൽ തീർച്ചയായും നമ്മുടെ അടിസ്ഥാന സൗകര്യ മേഖല കൂടുതൽ ശക്തമായി വികസിപ്പിക്കുകയും തദ്ദേശ വികസനക്കുതിപ്പ് യാഥാർത്ഥ്യമാവുകയും ചെയ്യും.

ഇന്ത്യയെ ഒരു ആഗോള മാനുഫാക്ചറിങ് ഹബ്ബ് ആക്കി മാറ്റുമെന്നൊക്കെയാണ് മറ്റൊരു പ്രധാനപ്പെട്ട നിർദ്ദേശം. അഞ്ചുവർഷം കൊണ്ടു കോർപ്പറേറ്റ് നികുതി 25 ശതമാനം ആക്കി കുറയ്ക്കണമെന്ന പ്രഖ്യാപനം നിക്ഷേപത്തെ ക്ഷണിച്ചു കൊണ്ടുള്ള സർക്കാരിന്റെ ഉറച്ച നിലപാടാണ്. ഭരണപരമായ തടസ്സങ്ങൾ, കാലതാമസം എന്നിവ ഇന്ത്യയെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം വ്യവസായം തുടങ്ങുന്നതിനുള്ള വിലങ്ങുതടികളായി സംരംഭകർ ചൂണ്ടിക്കാണിക്കുന്നു. ഇതു പരിഹരിക്കുന്നതിനായി ഏകജാലക സംവിധാനം നിർദ്ദേശിച്ചത് അഭിനന്ദനാർഹമാണ്. കേരളത്തിന്റെ മാതൃക പിൻതുടർന്നു സ്റ്റാർട്ട് അപ്പ് വില്ലേജുകൾ തുടങ്ങുന്ന പ്രഖ്യാപനവും യുവ സംരംഭകരെ

ലക്ഷ്യം വെച്ചുള്ളതാണ്. മേക്ക് ഇൻ ഇന്ത്യയ്ക്കു ഉതകുന്ന സവിശേഷ പദ്ധതികളുടെ അഭാവം ബജറ്റിൽ നിഴലിച്ചു കാണാമെങ്കിലും വിദേശനിക്ഷേപം ആകർഷിക്കാനുള്ള ശ്രമങ്ങൾ ബജറ്റിലുണ്ട്. ഇത്തരത്തിൽ വിശകലനം ചെയ്യുമ്പോൾ കോർപ്പറേറ്റ് മേഖലയ്ക്കു ആഹ്ലാദം പകരുന്ന ബജറ്റാണെന്നതിൽ സംശയമില്ല.

മറ്റൊരു ശ്രദ്ധയാകർഷിക്കുന്ന നിർദ്ദേശം കള്ളപ്പണത്തെ സംബന്ധിച്ച പരാമർശങ്ങളും നിർദ്ദേശങ്ങളുമാണ്. ഭരണത്തിൽ കയറിയനാൾ മുതൽ (തിരഞ്ഞെടുപ്പ് പ്രചരണക്കാലം മുതൽ തന്നെ) സർക്കാരിന്റെ പ്രതിജ്ഞ സംബന്ധമായ കാര്യപരിപാടിയായി കള്ളപ്പണം വെളുപ്പിക്കലിനെ വിശേഷിപ്പിക്കുന്നു. എന്നാൽ നാളിതുവരെയും സർക്കാരിന് കാര്യമായ ഒന്നും തന്നെ ഈ രംഗത്ത് ചെയ്യാൻ കഴിഞ്ഞില്ല. ഔദ്യോഗിക സമ്പദ്വ്യവസ്ഥയുടെ 40 ശതമാനമെങ്കിലും വരുന്ന സമാന്തര സമ്പദ്വ്യവസ്ഥയിൽ പ്രധാന സ്ഥാനം വഹിക്കുന്ന ഒന്നാണ് കള്ളപ്പണം. സ്വാഭാവികമായും കള്ളപ്പണത്തെ പുറത്തുകൊണ്ടുവരുന്ന ഏതൊരു നടപടിയെയും ജനം സഹർഷം സ്വാഗതം ചെയ്യും. പ്രോത്സാഹനവാഗ്ദാനങ്ങൾ നൽകിയും, കടുത്ത ശിക്ഷാനടപടി പ്രഖ്യാപിച്ചും കള്ളപ്പണക്കാരെ വേട്ടയാടുമെന്ന് ബജറ്റ് അസന്നിഗ്ദ്ധമായി പ്രഖ്യാപിക്കുന്നു. ഇക്കാര്യത്തിൽ ബജറ്റിലെ നിർദ്ദേശങ്ങളുടെ ഫലപ്രാപ്തിയിലാണ് ഏവരും കണ്ണും നട്ടിരിക്കുന്നത്. പ്രതീക്ഷയോടെ നമുക്കു കാത്തിരിക്കാം. സ്വർണ്ണ ബോണ്ട് സംബന്ധമായ പ്രഖ്യാപനമാണ് മറ്റൊരു സ്വാഗതാർഹമായ നിർദ്ദേശം. ഇന്ത്യയിലെ കുടുംബങ്ങളിൽ 20,000 ടൺ സ്വർണ്ണം വെറുതെ സൂക്ഷിച്ചിരിക്കുകയാണെന്ന നിഗമനത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ പ്രസ്തുത നിർദ്ദേശത്തിന് പ്രസക്തിയുണ്ട്. സ്വർണ്ണ ബോണ്ടിൽ നിക്ഷേപിക്കുന്നവർക്ക് ഒരു നിശ്ചിത

സ്വാഭാവികമായും കള്ളപ്പണത്തെ പുറത്തുകൊണ്ടുവരുന്ന ഏതൊരു നടപടിയെയും ജനം സഹർഷം സ്വാഗതം ചെയ്യും.

പ്രോത്സാഹന വാഗ്ദാനങ്ങൾ നൽകിയും, കടുത്ത ശിക്ഷാനടപടി പ്രഖ്യാപിച്ചും കള്ളപ്പണക്കാരെ വേട്ടയാടുമെന്ന് ബജറ്റ് അസന്നിഗ്ദ്ധമായി പ്രഖ്യാപിക്കുന്നു.

ശതമാനം പലിശ ലഭിക്കും ബോണ്ടിന്റെ കാലാവധി പൂർത്തിയാകുമ്പോൾ നിലവിലുള്ള വില നിക്ഷേപകന് ലഭിക്കുകയും ചെയ്യും. കൂടാതെ അശോകചക്രം മുദ്രണം ചെയ്ത സ്വർണ്ണനാണയങ്ങളും സർക്കാർ വിപണിയിലിറക്കും. തൽഫലമായി വിദേശ നിർമ്മിത സ്വർണ്ണനാണയത്തിനു പകരം ഇന്ത്യൻ നിർമ്മിത സ്വർണ്ണ നാണയം ക്രിയവിക്രയം ചെയ്യാം. ഇന്ത്യ ഒരു സ്വർണ്ണ ഉൽപ്പാദക രാജ്യമല്ലാത്തതിനാൽ നിലവിലുള്ള സ്വർണ്ണാഭരണങ്ങൾ റിസൈക്ലിംഗ് നടത്തുന്നതിനും ഈ നിർദ്ദേശം സഹായകമാണ് ഇതിന്റെ വിജയത്തിനായി ജനങ്ങളുടെ സഹകരണം അത്യന്താപേക്ഷിതമാണ്

അസംഘടിത മേഖലയിലെ സംരംഭകർ നേരിടുന്ന വലിയൊരു വൈഷമ്യമാണ് മൂലധനത്തിന്റെ അഭാവം. ഔദ്യോഗിക ധനകാര്യസ്ഥാപനങ്ങൾ

ഇവർക്ക് നേരെ പുറംതിരിഞ്ഞു നിൽക്കുന്നതിനാൽ വായ്പ ലഭിക്കുന്നതിനു ബുദ്ധിമുട്ട് നേരിടുന്നു. ഈ തിരിച്ചറിവാണ് ഇവരെ ലക്ഷ്യം വെച്ചുള്ള 'മുദ്ര' ബാങ്കിന്റെ രൂപീകരണ പ്രഖ്യാപനം. സർക്കാരിന്റെ ആത്മാർത്ഥത മാത്രമാണ് ഇക്കാര്യത്തിൽ ഏകസംശയം.

സർക്കാരുകൾ പ്രഖ്യാപനങ്ങൾക്കപ്പുറം ആത്മാർത്ഥത കാണിക്കാറില്ല. ആവർത്തന വിരസമായ ഇത്തരം പ്രഖ്യാപനങ്ങൾ കേട്ടുമടുത്ത ജനത്തിന് പ്രവർത്തിയിലാണ് താൽപര്യം.

### ബജറ്റിലെ കാണാപ്പുറങ്ങൾ

ഈ ബജറ്റ് കാര്യക്ഷമ മേഖലയ്ക്കു ഊന്നൽ നൽകുന്നതാണെന്നും സാമൂഹിക സുരക്ഷിതത്വ മേഖലയെ പരിപോഷിപ്പിക്കുന്നുവെന്ന വാദങ്ങൾ പ്രബലമാണ്. അങ്ങനെയൊരു മേഖലാടിയിട്ടു ജനങ്ങളെ കബിളിപ്പിക്കുന്ന ബോധപൂർവ്വമായ ശ്രമം ബജറ്റിലുണ്ട്. യഥാർത്ഥത്തിൽ ബജറ്റിനൊരു മാനവിക മുഖമില്ലായെന്നതാണ് സത്യം. കാര്യക്ഷമമേഖലയായി മാറ്റിവെച്ചിരിക്കുന്ന തുക പരിശോധിച്ചാൽ ഇതു വ്യക്തമാകും. സാമൂഹിക സുരക്ഷിതത്വ മേഖലയ്ക്കു കാര്യമായ സംഭാവനയില്ലാതെ ഇരുട്ട് കൊണ്ട് ഓട്ടയടയ്ക്കുന്ന സ്വഭാവമാണ് ധനമന്ത്രി പ്രകടിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നത്. ബജറ്റിന്റെ തുടക്കത്തിൽ തന്നെ 5300 കോടി രൂപ വകയിരുത്തിക്കൊണ്ടുള്ള മൈക്രോ ജലസേചന പദ്ധതികളെക്കുറിച്ച് വീമ്പുകൊള്ളുകയാണ് ധനമന്ത്രി. ഇത് വളരെ അപര്യാപ്തമായ തുകയാണ് ഏറ്റവും ആകർഷണീയമായ കാര്യക്ഷമ ദേശീയ വിപണിയ്ക്കു രൂപം കൊടുക്കുമെന്നുള്ള നിർദ്ദേശവും വ്യക്തതയില്ലാത്തതാണ്.

ഇൻഷുറൻസിൽ തുടങ്ങി വ്യവസായോധികരെ സ്പർശിക്കുന്ന നിർദ്ദേശങ്ങൾ സാമൂഹിക സുരക്ഷിതത്വം മെച്ചപ്പെടുത്തുമെന്ന് അവകാശപ്പെടുന്നു. ഈ നിർദ്ദേശങ്ങളിലൊന്നും സർക്കാരുകൾ പ്രഖ്യാപനങ്ങൾക്കപ്പുറം ആത്മാർത്ഥത കാണിക്കാറില്ല. ആവർത്തന വിരസമായ ഇത്തരം പ്രഖ്യാപനങ്ങൾ കേട്ടുമടുത്ത ജനത്തിന് പ്രവർത്തിയിലാണ് താൽപര്യം. വാജ്പേയിയുടെ പേരു ചേർത്തതുകൊണ്ട് പദ്ധതികൾ നന്നാവില്ല. മന്ത്രി ഇടതു കാലിൽ നിന്ന് വലതു കാലിലേക്ക് മാറ്റാമെന്ന് മാത്രമേയുള്ളൂ. മുൻ വർഷത്തെ അപേക്ഷിച്ചു സാമൂഹിക മേഖലയിൽ എത്രകണ്ടു തുക അധികം വകയിരുത്തിയെന്നു വിശകലനം ചെയ്യുമ്പോഴാണ് സർക്കാരിന്റെ സമീപനത്തിലെ പൊതുവായ ആത്മാർത്ഥത വെളിപ്പെടുന്നത്. പ്രസ്തുത തുകയിൽ യഥാർത്ഥത്തിൽ കുറവാണ് സംഭവിച്ചിരിക്കുന്നത്.

### മേഖലകൾ അടിസ്ഥാനമാക്കിയുള്ള വിശകലനം

കാര്യക്ഷമ മേഖല അവഗണിക്കപ്പെട്ടുവെന്നു സൂചിപ്പിച്ചുവല്ലോ. വ്യവസായ മേഖലകൾക്ക് ഊന്നൽ നൽകിയിട്ടുണ്ട്. എന്നാൽ നവപദ്ധതികളുടെ അഭാവം നിഴലിക്കുന്നു. അടിസ്ഥാന സൗകര്യ മേഖലയ്ക്കു നൽകിയ ഊന്നൽ ഫലപ്രാപ്തിയിലെത്തുമെങ്കിൽ നന്നായിരിക്കും. പക്ഷെ ഇതൊരു ഞാണിന്മേൽ കളിയാണ്. സേവന മേഖലയുടെ സംഭാവന ഇന്ത്യൻ സമ്പദ്വ്യവസ്ഥയിൽ നിസ്തുലമാണ്. എന്നാൽ രണ്ടു ശതമാനം നികുതി കുട്ടിയതു പല ഉപമേഖലകളെയും പ്രതികൂലമായി ബാധിക്കും വ്യക്തിഗത സേവനങ്ങൾ, പരസ്യമേഖല, ധനകാര്യസേവനങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ ഏതാനും ചില ഉദാഹരണങ്ങൾ മാത്രം. അതിനൊപ്പമാണ് ബജറ്റിന് പുറത്തു ഡീസലിന്റെയും പെട്രോളിന്റെയും വില വർദ്ധിപ്പിച്ചതും. ഇത് ഉല്പാദന ചിലവ് വർദ്ധിപ്പിക്കും. കേരളത്തിൽ നന്നായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന പരസ്യകമ്പനികൾ കൂടുതൽ വിഷമവൃത്തത്തിലാകും.

ചുരുക്കത്തിൽ പ്രതീക്ഷകളുടെ നടുവിലാണ് ബജറ്റ് അവതരിപ്പിച്ചത്. എന്നാൽ ബജറ്റ് ഒത്തിരി ആശങ്കകളാണ് സൃഷ്ടിച്ചിരിക്കുന്നത്. എന്നാൽ ആശങ്കകളെക്കുറിച്ച് ഇന്ത്യയെ മുന്നോട്ടു നയിക്കാൻ ബജറ്റിന് കഴിയുമോയെന്ന സംശയം ബാക്കി..







# സ്വർണ്ണം ഒരു നിക്ഷേപമെന്ന നിലയിൽ

ഡോ. മാർട്ടിൻ പാട്രിക്

ആഗോള സമ്പദ് വ്യവസ്ഥയിലെ അടിയാഴുക്കുകളുടെ പശ്ചാത്തലത്തിൽ സ്വർണ്ണത്തിന്റെ വിലയിൽ ഗണ്യമായ ഇടിവുണ്ടായി. ഇത് ഇന്ത്യയിലും പ്രതിഫലിച്ചു. ഈ അവസ്ഥയിൽ നിന്നു മോചനം നേടുന്ന പ്രതി്യാ അടുത്തകാലത്തായി രൂപം കൊള്ളുകയുണ്ടായി. അന്താരാഷ്ട്ര കമ്പോളത്തിൽ ഒരു ട്രേഡ് ഔൺസ് സ്വർണ്ണത്തിന് 1300 ഡോളർ എന്ന കടമ്പ 2015 ജനുവരിയിൽ തരണം ചെയ്യുന്ന സാഹചര്യമാണ് സംജാതമായത്. വില വീണ്ടും അല്പം കുറഞ്ഞെങ്കിലും ഗണ്യമായ ഇടിവുണ്ടാകുമെന്നു വിദഗ്ദ്ധർ കരുതുന്നില്ല.

എന്താണ് സ്വർണ്ണത്തിന്റെ വില ഇപ്പോൾ ഉയരാനുണ്ടായ കാരണം? ആഗോള മൂലധന വിപണിയിലെ ഇടിവും ക്രൂഡോയിലിന്റെ വിലയിടിവുമാണിതിന് പ്രധാന കാരണങ്ങൾ. ചില അന്താരാഷ്ട്ര പ്രശ്നങ്ങളും ഇതിനോട് ചേർത്തു വായിക്കുമ്പോൾ ചിത്രം പൂർത്തിയാകും. അതാത് രാജ്യത്തെ കറൻസിയുടെ വിനിമയനിരക്കിലുണ്ടാകുന്ന വ്യതിയാനവും സ്വർണ്ണ വിലയെ സ്വാധീനിക്കും. ഇന്ത്യയെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം രൂപയുടെ വിനിമയ നിരക്കിലെ വ്യതിയാനവും സ്വർണ്ണ വിലയുടെ ഏറ്റക്കുറച്ചിലിന് ഒരു കാരണമാണ്.

അന്താരാഷ്ട്ര കമ്പോളത്തിൽ ക്രൂഡോയിലിന്റെ വില നന്നായി കുറഞ്ഞു. ബാരലിന് 100-110 ഡോളർ എന്ന നിലയിൽ വ്യാപാരം ചെയ്തിരുന്ന ക്രൂഡോയിലിന്റെ വില പല കാരണങ്ങളാൽ 45 ഡോളറിലേക്ക് താഴ്ന്നു. അതായത് വില പകുതിയിലധികം കുറവ് രേഖപ്പെടുത്തി.

തത്ഫലമായി ക്രൂഡോയിൽ വ്യാപാരം ചെയ്തിരുന്നവർക്ക് പ്രസ്തുത ഉൽപ്പന്നം അനാകർഷകമായി. അവർ നേട്ടം പ്രതീക്ഷിച്ചു കൊണ്ടു ഇതര മേച്ചിൽപ്പുറങ്ങളിലേക്ക് അഭയം പ്രാപിക്കാൻ നിർബന്ധിതരായി. എന്നാൽ, മൂലധന വിപണിയാകട്ടെ പല രാജ്യങ്ങളിലും പ്രതീക്ഷക്കൊത്ത പ്രകടനം കാഴ്ചവെയ്ക്കുന്നില്ല (ഇന്ത്യ ഇതിനൊരപവാദമാണ്) എവിടെ നിക്ഷേപിക്കുമെന്ന് അങ്കലാപ്പിലകപ്പെട്ട നിക്ഷേപകർ എക്കാലത്തെയും സുരക്ഷിത താവളമായ സ്വർണ്ണത്തിൽ നിക്ഷേപിക്കാൻ തുടങ്ങി ഇതാകട്ടെ സ്വർണ്ണ വ്യാപാരിക്ക് പുത്തനുണർവേകി. ഒരു ട്രേഡ് ഔൺസ് സ്വർണ്ണത്തിന്റെ വില 1200 ഡോളറിനും താഴെപോകുമെന്ന വിലയിരുത്തലിനെ അസ്ഥാനത്താക്കിക്കൊണ്ടാണു 1300 ഡോളറിലേക്ക് കുതിക്കുകയുണ്ടായത്.

ഇന്ത്യയിലാകട്ടെ, 22 കാരറ്റ് സ്വർണ്ണം ഒരു പവന് 21,400 രൂപയിലെത്തി. 19,000 രൂപയായി ഈ വില കുറയുമെന്ന വിലയിരുത്തലിന്റെ പശ്ചാത്തലത്തിലാണ് 21,400 രൂപയിലേക്ക് കുതിച്ചുയർന്നത്. ഇപ്പോൾ വില അൽപ്പം കുറഞ്ഞെങ്കിലും 20,920 രൂപയ്ക്കാണ് വ്യാപാരം ചെയ്യുന്നത്. രൂപയുടെ വിനിമയമൂല്യം വീണ്ടും കൂടുതൽ ശോഷിക്കാതെ പിടിച്ചു നിർത്താനായതും ക്രൂഡോയിലിന്റെ വിലയിലെ നേരിയ വ്യതിയാനവുമാണിതിന് കാരണങ്ങൾ.

രൂപയുടെ വിനിമയ മൂല്യത്തിലെ ശോഷണം വളരെ ശ്രദ്ധാപൂർവ്വം നിരീക്ഷിക്കേണ്ടതാണ്. ഇന്ത്യയുടെ ഇറക്കുമതിയിലെ രണ്ടു പ്രധാനപ്പെട്ട ഇനങ്ങളാണ് ക്രൂഡോയിലും സ്വർണ്ണവും. രൂപയുടെ വിനിമയമൂല്യം കുറയുമ്പോൾ കൂടുതൽ രൂപകൊടുത്താൽ മാത്രമേ ഒരു യൂണിറ്റ് വിദേശ കറൻസി ലഭിക്കുകയുള്ളൂ. സ്വഭാവവികമായും ഇത് നമ്മുടെ ഇറക്കുമതി ചെലവ് ഉയർത്തും. അന്താരാഷ്ട്ര വിപണിയിൽ സ്വർണ്ണത്തിന്റെ വില കുറഞ്ഞാൽപോലും വിനിമയ മൂല്യം കുറഞ്ഞാൽ അതിന്റെ നേട്ടം നമുക്കനുഭവിക്കാൻ കഴിയില്ല.

സ്വർണ്ണ കമ്പോളത്തിൽ വിലവർദ്ധനവിന് എത്രനാളത്തെ ആയുസ്സുണ്ടാകുമെന്ന ചോദ്യവും വിദഗ്ദ്ധരുടെ ഇടയിൽ സജീവമാണ്. ഏതായാലും വില അധികം കുറഞ്ഞില്ലെങ്കിലും വർദ്ധനവിന് വിരാമമിടുന്ന അവസ്ഥയാണ് നാം ഇപ്പോൾ കാണുന്നത്. അന്താരാഷ്ട്ര കമ്പോളത്തിൽ ഇപ്പോൾ ഔൺസിന് 1270 ഡോളറാണ് വില. ഗണ്യമായ വിലയിടിവ് ഉടൻ ഉണ്ടാകില്ലെന്ന് വിദഗ്ദ്ധർ വിലയിരുത്തുന്നു.

ഇന്ത്യയെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം, പ്രത്യേകിച്ചു കേരളത്തിൽ സ്വർണ്ണം എഴുതി തള്ളാൻ കഴിയുന്ന ഒരു ഉല്പന്നമല്ല. അതേ സമയം, നമ്മുടെ അഭിരുചിയും ഉത്സവകാല സവിശേഷതകളും വിലയിരുത്തി പഴയ രീതിയിൽ വില മാറ്റം പ്രവചിച്ചു നിക്ഷേപം നടത്തുന്നതു ഉചിതമായിരിക്കുകയില്ല. ഇതിന് പ്രധാനകാരണം, മുൻ കാലങ്ങൾക്ക് വിരുദ്ധമായി ഇന്ത്യൻ സമ്പദ്വ്യവസ്ഥ കൂടുതലായി അന്താരാഷ്ട്ര കമ്പോളവുമായി കെട്ടുപിണഞ്ഞിരിക്കുന്നു. അതിനാൽ, അന്താരാഷ്ട്ര കമ്പോളത്തിലെ സാമ്പത്തിക സൂചകങ്ങൾ വ്യതിയാനപ്പെടുന്ന തനുസരിച്ചുവേണം സ്വർണ്ണത്തിൽ നിക്ഷേപിക്കാനുള്ള തീരുമാനം എടുക്കേണ്ടത്.



Subscription Form






Advertising is Communication. Marketing is Destination  
The first Advertising & Marketing magazine in Malayalam

വാങ്ങുക  
വായിക്കുക  
സൂക്ഷിച്ചു വയ്ക്കുക.

Subscription Offer	No. of Issues	Price	You Pay	You Save
1 year	12	Rs. 600/-	Rs. 540/-	Rs. 60/-
2 years	24	Rs. 1200/-	Rs. 1000/-	Rs. 200/-
3 years	36	Rs. 1800/-	Rs. 1400/-	Rs. 400/-

 Yes, I wish to subscribe to EFFECTIVE ADCOM.

Send me ☐ 12 issues of ADCOM for Rs. **540/-** ☐ 24 issues for Rs. **1000/-** ☐ 36 issues for Rs. **1400/-**

Name : .....

Address : .....

District : ..... Pin : .....

Mobile : ..... Email : .....

Enclosed DD/Cheque No : .....

Name of the Bank : .....

Date : ..... Sd/- .....

Place this coupon with cheque/DD in envelope and post to the address given below.  
Effective Publications, Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam - 686 001, Kerala  
e-mail: effectiveadcom@gmail.com



# ശബ്ദചിരകിലേറി ലോക 'സഞ്ചാരം'

സഞ്ചാരം എന്ന ടി.വി. പ്രോഗ്രാമിലൂടെ മലയാളികളുടെ  
സ്വീകരണമുറികളിലെ ശബ്ദ സാന്നിദ്ധ്യമായ  
അനീഷ് പുനൻ പീറ്റർ

ദിവ്യ ജോസഫ്



സനിമകളിലും മറ്റു ദൃശ്യമാധ്യമങ്ങളിലും വെള്ളിവെളിച്ചത്തിനു മുന്നിൽ നില്ക്കുന്നവർക്കു കിട്ടുന്ന പരിഗണനയും സ്നേഹവും പലപ്പോഴും മറ്റു അണിയറ പ്രവർത്തകർക്കു ലഭിക്കാറില്ല. വീരനായകൻമാരും, നായികമാരും സ്ക്രീനിൽ ആടിപാടി അഭിനയിക്കുമ്പോൾ അതിനു പിന്നിലെ ശബ്ദങ്ങൾക്കു ചാരുതയേകുന്ന ഡബ്ബിംഗ് ആർട്ടിസ്റ്റുകളെ നാം സാധാരണയായി ശ്രദ്ധിക്കാറില്ല. എന്നാൽ ഇരുപതു വർഷമായി ഡബ്ബിംഗ് മേഖലയിലെ സ്ഥിര സാന്നിധ്യമായ അനീഷിനെ തിരിച്ചറിയാൻ അധികസമയം വേണ്ടിവരില്ല. 'സഞ്ചാരം' എന്ന യാത്രാപരമ്പര ഓർത്താൽ മതിയാകും. വിദേശനാടിന്റെ സൗന്ദര്യവും മേന്മയും നമ്മുടെ സ്വീകരണമുറികളിൽ എത്തിക്കുന്ന ശബ്ദമാണ് അനീഷ്. ലോകം ചുറ്റി സഞ്ചരിക്കുന്ന സന്തോഷ് ജോർജ്ജ് കുളങ്ങരയുടെ ശബ്ദമായി അനീഷ് പുനൻ പീറ്റർ സഞ്ചാരം ടീമിനൊപ്പം പ്രവർത്തിക്കുന്നു.

പള്ളികളിലെ അനൗൺസ്മെന്റുകളിലും, പരിപാടി അവതരണങ്ങളിലും മുഴങ്ങി നിന്ന ആ ശബ്ദത്തിനു ആദ്യം അംഗീകാരം ലഭിച്ചത് വികാരിയായ റവ.കുര്യൻ തോമസിൽ നിന്നായിരുന്നു. 'നിന്റെ ശബ്ദം ലോകമറിയേണ്ടതാണ്..' എന്ന ആ വൈദികന്റെ വാക്കുകൾ പിന്നീട് യാഥാർത്ഥ്യമാവുകയായിരുന്നു. സ്കൂളിലും, കോളേജിലും നാടകങ്ങളിൽ തിളങ്ങിയിരുന്ന ആ കലാകാരനെ ലോകം ശ്രദ്ധിച്ചു തുടങ്ങിയത് സഞ്ചാരത്തിലൂടെയാണ്. ഇതിനിടെ പരസ്യ ചിത്രങ്ങളിലും പ്രാദേശിക ചാനലിന്റെ തത്സമയ പരിപാടികളിലും ശബ്ദസാന്നിധ്യമായി. എന്നിരുന്നാലും തന്റെ ശബ്ദത്തെ ജനപ്രിയമാക്കിയതിൽ സന്തോഷ് ജോർജ്ജ് കുളങ്ങരയ്ക്കും, 'സഞ്ചാരം'ത്തിനുമുള്ള

പങ്ക് വളരെ വലുതാണെന്നു അനീഷിനു നിശ്ചയമുണ്ട്. വർഷങ്ങൾ പലതു കൊഴിഞ്ഞിട്ടും, താൻ സഞ്ചരിച്ച വഴികളും തന്നെ കൈപ്പിടിച്ച് നടത്തിയ വ്യക്തികളേയും അനീഷ് ഓർമ്മിക്കുന്നു...

## ഡബ്ബിംഗ് മേഖലയിലേക്കുള്ള കടന്നുവരവ്...

മാർക്കറ്റിംഗ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് ആയി ജോലി ചെയ്തുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന സമയത്താണ് എന്റെ ഒരു സുഹൃത്തു വഴി ഞാൻ ഡബ്ബിംഗ് ലോകത്തേക്കു എത്തപ്പെട്ടത്. കാഞ്ഞിരപ്പള്ളിയിലെ 'അമല' ഡബ്ബിംഗ് സ്റ്റുഡിയോയിൽ വെച്ചായിരുന്നു എന്റെ ആദ്യത്തെ ഡബ്ബിംഗ്.. സുഹൃത്തായ സുനിലിന്റെ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള 'ശ്രേയസ്' ഏജൻസിയുടേതായിരുന്നു പരസ്യം. അവതരണ കലയിൽ മുൻപരിചയം ഉള്ളതിനാൽ അധികം ടെൻഷൻല്ലാതെ തന്നെ ഞാനത് ചെയ്തു തീർത്തു. അതായിരുന്നു തുടക്കം. അവിടെവെച്ചാണ് സൗണ്ട് റെക്കോഡിംഗ് സ്റ്റായ ജോയ് ജോസഫിനെ പരിചയപ്പെടുന്നത്. ഒരു ഡബ്ബിംഗ് ആർട്ടിസ്റ്റ് എന്തൊക്കെ അറിഞ്ഞിരിക്കണമെന്നും, എങ്ങനെയാക്കെ അവതരിപ്പിക്കണമെന്നും അദ്ദേഹമാണ് എനിക്കു പറഞ്ഞു തന്നത്. ശരിക്കും എന്റെ 'ഗുരു' എന്നു തന്നെ പറയാം. പിന്നീട് പതിയെ ഓരോരോ വർഷുകളായി കിട്ടാൻ തുടങ്ങി.

വിദേശിയരുടെ സംസ്കാരത്തിലെ മോശം ഘടകങ്ങളെ രണ്ടു കൈയും നീട്ടി സ്വീകരിക്കുകയും നമയെ അവഗണിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. മറ്റേതൊരു രാജ്യമായും മത്സരിക്കാനുള്ള എല്ലാ കഴിവും നമുക്കുണ്ട്. എന്നാൽ നമ്മൾ അതൊന്നും വേണ്ടത്ര പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നില്ല.

കോട്ടയം 'പിരമിഡ്' സ്റ്റുഡിയോയിലെ സാജനൊപ്പവും, എറണാകുളത്തെ 'ക്ലൗഡ് ഏജൻസി'യിലും അവസരം ലഭിച്ചു. 'ജെലീറ്റ്' യിലെ മുരളീകൃഷ്ണന്റേയും, സന്തോഷ് കുമാറിന്റേയുമൊപ്പം ജോലി ചെയ്തതു മറക്കാനാവാത്ത അനുഭവമാണ്. അവരുടെ സ്ക്രിപ്റ്റ് വളരെ വ്യത്യസ്തമാണ്. അവർക്കൊപ്പമുള്ള ഡബ്ബിംഗ് വർഷുകളിലൂടെയാണ് ഞാൻ ശ്രദ്ധിക്കപ്പെടാൻ തുടങ്ങിയത്. പിന്നീട് ജോസഫ് ചാവറയുടെ 'ചാവറ അഡർടൈസിങ്ങിലും വർക്കു ചെയ്യാൻ തുടങ്ങി. ബാഗ്ഗരിലെ 'ക്യാമ്പസ്

## ഇത്തരം പരിപാടികൾ നമ്മുടെ നാടിനു നല്കുന്ന സന്ദേശമെന്താണ്?

സഞ്ചാരം പോലെയുള്ള പരിപാടികളിൽ വിവിധ രാജ്യങ്ങളുടെ കലാ-സാംസ്കാരിക മികവുകൾ എടുത്തു പറയാറുണ്ട്. എന്നാൽ നമ്മൾ ഇവിടെ ചെയ്യുന്നതോ? വിദേശിയരുടെ സംസ്കാരത്തിലെ മോശം ഘടകങ്ങളെ രണ്ടു കൈയും നീട്ടി സ്വീകരിക്കുകയും നമയെ അവഗണിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. മറ്റേതൊരു രാജ്യമായും മത്സരിക്കാനുള്ള എല്ലാ കഴിവും നമുക്കുണ്ട്. എന്നാൽ നമ്മൾ അതൊന്നും പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നില്ല.

കഴിഞ്ഞ തവണ സന്തോഷ് ജോർജ്ജ് കുളങ്ങര തായ്‌ലൻഡിലെ 'പട്ടയ' എന്ന നഗരത്തിൽ പോയി. സെക്സ് ടുറിസത്തിനു പ്രചാരമുള്ള അവിടെ എത്തിനാണു അദ്ദേഹം പോയതെന്നു ഞാൻ പോലും ചോദിച്ചു പോയി. എന്നാൽ അവിടെ 'സാംഗ്ചറി ഓഫ് ട്രൂത്ത്' എന്ന ക്ഷേത്രത്തിന്റെ നിർമ്മാണം നടക്കുകയാണെന്നു ഞാൻ പിന്നീടറിഞ്ഞു. ക്ഷേത്രത്തിലെ സകലതും തടികൊണ്ട് മാത്രമാണ് നിർമ്മിച്ചിരിക്കുന്നത്. 70 വർഷങ്ങൾക്കൊണ്ട് മാത്രമേ ക്ഷേത്രത്തിന്റെ പണി പൂർത്തിയാക്കാൻ സാധിക്കൂ. അത്ര ബൃഹത്തായ ഒരു പ്രോജക്റ്റാണത്. ഇപ്പോൾ ഏകദേശം 40 വർഷങ്ങൾ കഴിഞ്ഞു.

ജർമനിയിലെ ഹിറ്റ്ലറുടെ നാസി തടവറകളിലെ ചരിത്രം ഡബ്ബ് ചെയ്തുകൊണ്ടിരുന്നപ്പോൾ എന്റെ കണ്ണു നിറഞ്ഞു പോയിട്ടുണ്ട്. തടവുകാർ അനുഭവിച്ച പീഡനങ്ങളും കഷ്ടപാടുകളും വിവരിക്കുമ്പോൾ ശബ്ദമിടറിയ നിമിഷങ്ങൾ വരെയുണ്ടായി...

ഇതൊന്നും സാധാരണ ജനങ്ങൾക്കറിയില്ല. അതുപോലെ തന്നെ തായ്‌ലൻഡിൽ 430 ഏക്കർ പരന്നു കിടക്കുന്ന 'സഫാരി'പാർക്കുണ്ട്. അവിടെ ഒരു തുറന്ന മൃഗശാലയും അതിനടുത്ത് പാരമ്പര്യ കലാരൂപങ്ങളുടെ ദൃശ്യാവിഷ്കാരവും നടക്കുന്നുണ്ട്. നമ്മുടെ കേരളത്തിൽ ഇത്തരം മാതൃകകൾ നടപ്പിലാക്കിയാൽ ടൂറിസം മേഖലയിൽ നിന്നു നാടിനു കോടികൾ സമ്പാദിക്കാം. മറ്റു രാജ്യങ്ങളുടെ ശുചിത്വവും, പരിപാലനവും നമ്മൾ കണ്ടു പഠിക്കേണ്ടതാണ്. 'സഞ്ചാരം' ടീമിനെപോലെ നമ്മുടെ നാട്ടിലെ നേതാക്കൻമാരും വിദേശ രാജ്യങ്ങൾ സന്ദർശിച്ചു വരാറുണ്ട്. എന്നാൽ അവിടുത്തെ മാതൃകകൾ പിൻതുടർന്നു നമ്മുടെ നാട്ടിൽ പുതിയ പദ്ധതികൾ നടപ്പിൽ വരുത്താൻ അവരാരും തയ്യാറാകുന്നില്ല. ഓരോ നാട്ടിലെ വിശേഷങ്ങൾ കാണുമ്പോഴും അവരിൽ നിന്നും ഒരുപാട് നന്മകൾ നമുക്ക് പഠിക്കാനുണ്ട്- മാതൃകകൾ ഉണ്ട്.

## താങ്കൾക്കു സഞ്ചാരത്തിൽ ഏറ്റവും ഇഷ്ടപ്പെട്ട നഗരം..

ഞാൻ സഞ്ചാരത്തിലൂടെ കണ്ട നാടുകളിൽ വെച്ചു എനിക്കു ഏറ്റവും ഇഷ്ടപ്പെട്ട സ്ഥലം ഫിൻലൻഡ് ആണ്. ആ നാടിന്റെ മനോഹാരിതയും, ശാന്തതയും, മറ്റെവിടേയും എനിക്കു കാണാൻ സാധിച്ചിട്ടില്ല. അവിടുത്തെ പുൽമേടുകളും തണുപ്പുമെല്ലാം എന്നെ ആകർഷിച്ചു.

## മനസിൽ തട്ടിയ ഒരു യാത്രാ വിവരണം..

ജർമനിയിലെ ഹിറ്റ്ലറുടെ നാസി തടവറകളിലെ ചരിത്രം ഡബ്ബ് ചെയ്തുകൊണ്ടിരുന്നപ്പോൾ എന്റെ കണ്ണു നിറഞ്ഞു പോയിട്ടുണ്ട്. തടവുകാർ അനുഭവിച്ച പീഡനങ്ങളും കഷ്ടപാടുകളും വിവരിക്കുമ്പോൾ ശബ്ദമിടറിയ നിമിഷങ്ങൾ വരെയുണ്ടായിട്ടുണ്ട്. ശരിക്കും അത് വല്ലാത്ത ഒരനുഭവമായിരുന്നു.

## താങ്കളുടെ ശബ്ദം അനുകരിക്കുന്നവർ ധാരാളം കാണുമല്ലോ?

എന്റെ ശബ്ദം നല്ല രീതിയിൽ അവതരിപ്പിക്കുന്ന രണ്ടു കലാകാരൻമാർ കോട്ടയം നസീറും, രമേഷ് പിഷാരടിയുമാണ്. ഒരിക്കൽ എന്റെ ശബ്ദം പിഷാരടി അവതരിപ്പിക്കുന്നുണ്ടെന്നു ഞാൻ അറിഞ്ഞപ്പോൾ എന്റെ സുഹൃത്തു വഴി ഞാൻ അദ്ദേഹത്തിന്റെ നവർ സംഘടിപ്പിച്ചു വിളിച്ചു. പക്ഷേ ഫോണിലൂടെ അദ്ദേഹത്തിനു എന്റെ ശബ്ദം തിരിച്ചറിയാനായില്ല. പിന്നീട് ഞങ്ങൾ നല്ല സുഹൃത്തുക്കളായി.



കോട്ടയം നസീറുമായി എനിക്ക് അടുത്ത ബന്ധമുണ്ട്. പക്ഷേ, സഞ്ചാരത്തിനു ശബ്ദം നൽകുന്നത് ഞാനാണെന്നു അദ്ദേഹത്തിനറിയില്ലായിരുന്നു. സ്കിറ്റിൽ എന്റെ ശബ്ദം അനുഭവിക്കാൻ തുടങ്ങിയ സമയത്ത് ഞാൻ അദ്ദേഹത്തോട് ഒരിക്കൽ പറഞ്ഞു, എന്റെ ശബ്ദം ഇത്രയ്ക്കു മോശമാക്കണോ ഇക്കാ.. അത് നിന്റെ ശബ്ദമായിരുന്നോ..? എങ്കിൽ ഇതിലും മോശമാക്കുമായിരുന്നല്ലോയെന്നായിരുന്നു നസീറിന്റെ കമന്റ്. പണ്ട് ഒരു സംസ്ഥാന സ്കൂൾ യുവജനോത്സവത്തിൽ എന്റെ ശബ്ദവും ഒപ്പം ഒരു മാധ്യമപ്രവർത്തകന്റെ ശബ്ദവും അനുകരിച്ചു കൂട്ടിക്കു ഒന്നാം സമ്മാനം കിട്ടിയെന്നു ഞാൻ അറിഞ്ഞു. സന്തോഷമുണ്ട്.

#### ഭാവി തലമുറയോട്..

ഇപ്പോൾ ന്യൂജനറേഷൻ കാലമാണല്ലോ.. എല്ലാം ഒറ്റയടിക്കു നേടിയെടുക്കാനുള്ള വേവലാണ് എല്ലാവർക്കും. പക്ഷേ ഡബ്ബിംഗിൽ അവസരങ്ങൾ കുറഞ്ഞു വരികയാണ്. പുതിയ

ടെക്നോളജി, ആധുനിക ഉപകരണങ്ങൾ ഇവയൊക്കെ ശബ്ദ ക്രമീകരണത്തിനായി ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ പുതിയ ആളുകൾക്കു അവസരങ്ങൾ കുറയുന്നു. പിന്നെ, ഇന്നത്തെ കുട്ടികൾ ഇത്തരം ജോലികളോട് എന്തുമാത്രം സത്യസന്ധത പുലർത്തുമെന്ന കാര്യത്തിലും സംശയമുണ്ട്.

പണ്ടൊക്കെ 'സ്കൂൾ' ട്രേപ്പിലാണ് റെക്കോഡ് ചെയ്തിരുന്നത്. അത് വളരെ കൃത്യമായി, ടൈമിംഗ് തെറ്റിക്കാതെ ചെയ്യണമായിരുന്നു. ഇന്നാണെങ്കിൽ ഇടയ്ക്കുവെച്ചു നിർത്തിയാലും നിർത്തിയിടത്തു നിന്നു തുടങ്ങിയും ഡബ്ബു ചെയ്യാൻ സാധിക്കും.

#### കുടുംബം.. ഭാവി പരിപാടികൾ..

അച്ഛൻ വി.പി പീറ്റർ, മിലിട്ടറിയിലായിരുന്നു. അമ്മ സുസൻ പീറ്റർ ടീച്ചറായിരുന്നു. ഭാര്യ അനു അധ്യാപികയാണ്. ഒരു സഹോദരനുമുണ്ട്. അജിത്ത്, കുവൈറ്റിലാണ്.

ഭാവി പരിപാടികൾ.. ഈ മേഖലയിൽ തന്നെ തുടരുക. സഞ്ചാരത്തിന്റെ തിരക്കിലായതിനാൽ സിനിമയിൽ പല അവസരങ്ങളും ഉപേക്ഷിക്കേണ്ടി വന്നിട്ടുണ്ട്. എന്നാലും കുറച്ചു സിനിമകളിൽ ഡബ്ബു ചെയ്യാനും പറ്റിയിട്ടുണ്ട്. ഇപ്പോൾ കാര്യങ്ങൾ കുറച്ചു സാധ്യമാണ്. നല്ല അവസരങ്ങൾ വന്നാൽ സിനിമയിൽ ഡബ്ബു ചെയ്യാനും ഞാൻ തയ്യാറാണ്.

●

# കൊമേഴ്സ്യൽ സിനിമയുടെ വാഗ്ദാനം

സുരേഷ് ദിവാകർ



ബാറ്റൺ ബോസ്

വിനോദ മാധ്യമമായി സിനിമ മാത്രമായിരുന്ന കാലം. സ്കൂളുകളിൽ 16 mm പ്രോജക്ടർ കൊണ്ടു വന്ന് കുട്ടികളെ സിനിമ ആസ്വദിപ്പിക്കുന്ന രീതി അന്നുണ്ടായിരുന്നു. ക്ഷേത്ര മൈതാനത്തും പള്ളിപ്പുറമ്പുകളിലും പ്രധാന വിനോദോപാധികളിൽ ഒന്നായിരുന്നു സിനിമാപ്രദർശനം. അങ്ങനെ സത്യന്റെയും പ്രേംനസീറിന്റെയും ജയന്റെയും സിനിമകൾക്കുണ്ട് അത്ഭുതം കുറിയ ബാലനാണ് സുരേഷ്. ചങ്ങനാശ്ശേരി പായിപ്പാട് സുരേഷ് ഭവനിൽ സുരേഷ്, അനശ്വരനായ ജയന്റെ ആക്ഷൻ സിനിമകളും ഡയലോഗുകളും കണ്ട് ആശ്ചര്യപ്പെട്ട സുരേഷിന്റെ മനസ്സിലും തനിക്കും സിനിമ ജനങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള അറിവുകളും അടങ്ങിയതായിരുന്നു.

സിനിമ വളർന്നു. ബ്ലാക്ക് ആൻഡ് വൈറ്റ് കളായി. സിനിമാ സ്കോപ്പായി 70 mm ആയി 3D ആയി. അറുപതു വർഷങ്ങൾ ലോക സിനിമാ വ്യവസായ വിനോദ രംഗത്തെ അടക്കിവാണിരുന്ന ഫിലിം എന്ന സെല്ലുലോയിഡ് അപ്രത്യക്ഷമായി. ഡിജിറ്റൽ സിനിമ വന്നു. ഫിലിമും ഫിലിംപെട്ടിയും ഇല്ലാതെ സാറ്റ് ലൈറ്റിൽ നിന്ന് ലോകം മുഴുവനുമുള്ള സിനിമാ സ്ക്രീനുകളിലേക്കും സിനിമ റിലീസുചെയ്യാവുന്ന രീതിയിൽ സയൻസ് വളർന്നു. ഒപ്പം ചങ്ങനാശ്ശേരിക്കാരൻ ബാലനും വളർന്നു.

ഇന്ന് സുരേഷ് ദിവാകർ മലയാളത്തിലെ ഏറ്റവും ജനപ്രിയ നായകനായ ദിലീപിനെ നായകനാക്കി തിരക്കഥാകൃത്തുക്കളായ ഉദയകൃഷ്ണ സിബി കെ. തോമസിന്റെ സിനിമാ സംവിധാനം ചെയ്യുകയാണ്. മലയാളത്തിലെ ഏറ്റവും വലിയ കമ്പനിയായി വളർന്ന ആന്റോ ജോസഫ് ഫിലിം കമ്പനിയാണ് നിർമ്മിക്കുന്നത്.

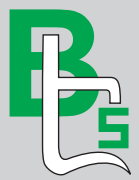
#### ഇവൻ മര്യാദരാമൻ

ദിലീപ്, സാധാരണക്കാരനായ രാമചന്ദ്രൻ എന്ന യുവാവായി ഒരു വലിയ വീട്ടിൽ സാദർഭികമായി എത്തുന്നതും അവിടെനിന്നു പുറത്തു കടക്കുന്നതുമായ കഥ. നർമ്മത്തിൽ പൊതിഞ്ഞ് അവതരിപ്പിക്കുകയാണ് 'ഇവൻ മര്യാദരാമനിൽ.'

ഉദയകൃഷ്ണ സിബി.കെ.തോമസിന്റെ പതിനഞ്ചോളം സിനിമകളിൽ സുരേഷ് ജോലി ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. കൊച്ചിരാജാവ്, ഇൻസ്പെക്ടർ ഗരുഡ്, കാര്യസ്ഥൻ, മിസ്റ്റർ മരുമകൻ, ചെസ്, മായാമോഹിനി, കമ്മത്ത് ആൻഡ് കമ്മത്ത് തുടങ്ങിയ ദിലീപ് ചിത്രങ്ങളിൽ



കൊച്ചിരാജാവ്, ഇൻസ്പെക്ടർ ഗരുഡ്, കാര്യസ്ഥൻ, മിസ്റ്റർ മരുമകൻ, ചെസ്, മായാമോഹിനി, കമ്മത്ത് ആൻഡ് കമ്മത്ത് തുടങ്ങിയ ദിലീപ് ചിത്രങ്ങളിൽ അസിസ്റ്റന്റായും അസോസിയേറ്റ് ഡയറക്ടറായും സുരേഷ് വർക്കു ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. ജോണി ആന്റണി, ജോസ് തോമസ്, തോംസൺ, സന്ധ്യ മോഹൻ, രാജ് ബാബു, വൈശാഖ്, അജയ് വാസുദേവ്, നാസ്സർ അസ്സീസ് എന്നീ ഡയറക്ടർമാരുടെ അസിസ്റ്റന്റായിരുന്നു.



## BORE TECH SERVICES

### SOIL INVESTIGATION & FOUNDATION DESIGNING

Specialised in: ▶ Soil Investigation (Land & Water) ▶ Bridges Boring ▶ Rock Boring



We have the pleasure to introduce ourselves as the preferred company for Soil Investigation work in Civil Engineering Field throughout Kerala and its neighboring states for over a decade. To be precise we started our operations in the year 1998, doing small works. We have qualified engineers and supervisors who execute each project with precision. This has been our hallmark and all our clients are immensely satisfied. Within a span of few years we qualified to do works for various Government departments. We are also privileged to inform you that we have the distinction to carry out most of the private works from leading builders and developers within Kerala.

#### Some of the Major Projects executed by us are as follows:-

Kerala PWD | Central PWD | KHRI | National Center for Earth Science Studies (NCESS), Trivandrum | KSEB Tower projects | CEG Test House, Jaipur | CSIR (Govt. of India), New Delhi (Climatic Study in Lakhadweep Islands) | EGIS India Pvt. Ltd., New Delhi | Larsen & Toubro (L&T ECC Ltd) | ESSAR Projects India Ltd. | CORRETECH INTERNATIONAL, Ahmedabad | ERA Group, New Delhi | RAY Engineering for Smart City, Kochi | Thyssenkrupp Industries India Ltd., Pune | N.M.T.P.L, Orissa | Sohams Foundation Engineering Pvt. Ltd., Navi Mumbai for Vallarpadom Container Terminal, Kochi | Kannur International Airport Ltd (KIAL) | Kochi Metro Rail Ltd. | DMRC | Light Metro Rail Projects in Trivandrum & Calicut | All Most all Major Builders & Developers in Kerala | Tower for all Major Mobile Service Provider all Over Kerala.

Door No. 1/137F, Maloth, Chavara Road, Koonammavu P.O., Kochi - 683518. Phone & Fax: 0484-2513994  
Mobile: +91 9567038899, +91 9447817345. [www.boretechservices.com](http://www.boretechservices.com), [boretechservices@gmail.com](mailto:boretechservices@gmail.com)





അസിസ്റ്റന്റായും അസോസിയേറ്റ് ഡയറക്ടറായും സുരേഷ് വർക്കുചെയ്തിട്ടുണ്ട്.

ജോണി ആന്റണി, ജോസ് തോമസ്, തോംസൺ, സന്ധ്യ മോഹൻ, രാജ് ബാബു, വൈശാഖ്, അജയ് വാസുദേവ്, നാസ്സർ അസ്സീസ് എന്നീ ഡയറക്ടർമാരുടെ അസിസ്റ്റന്റായിരുന്നു.

പളനി, പാലക്കാട്, പുന എന്നിവിടങ്ങളിലാണ് ഇവൻ മുദ്രാദരം ചിത്രീകരിച്ചത്. പളനിയിൽ നിർമ്മിച്ച ഒന്നരക്കോടിയിലധികം തറവാടുസെറ്റ് ഏറെ ശ്രദ്ധിക്കപ്പെട്ടു. തന്റെ ആദ്യ സംരംഭത്തിൽ എല്ലാ ആർട്ടിസ്റ്റുകളും ടെക്നീഷ്യന്മാരും ഏറെ

സഹവർത്തിത്തത്തോടെ സഹകരിച്ചുവെന്ന് സുരേഷ് ദിവാകർ പറയുന്നു. ദിലീപിനെപ്പോലെയുള്ള വലിയ നടന്റെയും സിബി.കെ.തോമസ് ഉദയകൃഷ്ണയുടെയും പ്രൊഡ്യൂസർ ആന്റോ ജോസഫിന്റെയും സഹകരണമാണ് എറെ വലുത്. പ്രശസ്തനായ വിജയ ഉലകനാഥാണ് ക്യാമറാമേൻ. മലയാളികൾക്ക് വെള്ളിമുങ്ങയിലൂടെ പ്രിയങ്കരിയായി മാറിയ നിക്കി ഗൽറാണിയാണ് നായിക.

നാലു വർഷം മുമ്പാണ് സുരേഷ് ഈ ചിത്രത്തിന്റെ ആലോചന തുടങ്ങുന്നത്. 2014 ഒക്ടോബറിൽ ഷൂട്ടിങ് ആരംഭിച്ചു. 2015 ഏപ്രിൽ നാലിന് പ്രദർശനത്തിനെത്തുന്നു. മലയാള സിനിമയുടെ പ്രതീക്ഷയാണ് സുരേഷ് ദിവാകർ എന്ന സംവിധായകൻ.



# അരങ്ങം



വർഷങ്ങളായി കാഴ്ചക്കാരെ കിട്ടാതിരുന്ന നാടക വേദികൾ സജീവമാകുകയാണ്.

ജനഹൃദയങ്ങളിൽ പലവിധ പരിവർത്തനങ്ങൾക്ക് സഹായിച്ചിട്ടുള്ള നാടകങ്ങൾ പുതിയ പുതിയ മാധ്യമങ്ങളുടെ കുത്തൊഴുക്കിൽ പെട്ട് അടിതെറ്റിപ്പോയിരുന്നു. അതേ മാധ്യമങ്ങളിലെ നിലവാരത്തകർച്ചയോ വിഷയങ്ങളിലെ ആവർത്തന വിരസതയോ ആകാം കൂടുംബങ്ങളെ വീണ്ടും നാടകവേദികൾക്കു മുൻപിലേക്ക് നയിക്കുന്നത്.

നാടകകലാകാരന്മാർക്കും നാടക ആസ്വാദകർക്കും വേണ്ടി ഒരു പംക്തി. അരങ്ങം.

## രംഗാവിഷ്കാരത്തിലെ മാന്ത്രിക സ്പർശം ആർട്ടിസ്റ്റ് സുജാതൻ

1973നാഷണൽ തീയറ്റേഴ്സിന്റെ നിശാഗന്ധി നാടകം നടക്കുന്ന വേദി. തിരശ്ശീലയുയർന്നപ്പോൾ പ്രേക്ഷകർ അന്തിച്ചു നിന്നു. ഒരു റെയിൽവേ സ്റ്റേഷൻ ഒട്ടും തനിമ ചോരാതെ അതേ മട്ടിലും രൂപത്തിലും

തന്നെ ഒരുകിയിരിക്കുന്നു. പ്രകാശ സംവിധാനവും ചിത്രങ്ങളും എല്ലാം ചേർന്നു ദൃശ്യ വിസ്തൃതിയുടെ ഒരു നവീനലോകം സ്ഥല പരിമിതിയുള്ള സ്റ്റേജിൽ.. ഈ വിപ്ലവകരമായ മാറ്റത്തിന്റെ പിന്നിൽ പ്രവർത്തിച്ചതാകട്ടെ പ്രശസ്ത രംഗ ശില്പകാരൻ ആർട്ടിസ്റ്റ് കേശവന്റെ മകനായ സുജാതനായിരുന്നു. ഈ തുടക്കം മലയാള നാടകലോകത്തെ ഒരു പുത്തൻ ഉണർവിലേക്കു നയിച്ചു. അതോടൊപ്പം പിതാവിന്റെ സഹായിയായി രംഗ സംവിധാനത്തിലേക്കു കടന്നു വന്ന അദ്ദേഹം മലയാള നാടക ചരിത്രത്തിലെ സ

മാനതകളില്ലാത്ത കലാകാരനായി മാറി. ആർട്ടിസ്റ്റ് കേശവന്റെ മക്കളിൽ സുജാതൻ മാത്രമാണ് പിതാവിന്റെ പാത പിൻതുടർന്നെത്തിയത്. പത്താം ക്ലാസ് ജയിച്ചതോടെ അദ്ദേഹത്തോടൊപ്പം നാടക ക്യാമ്പുകളിലും റിഹേഴ്സൽ നടക്കുന്ന സ്ഥലങ്ങളിലും പോയി സെറ്റുകൾ കണ്ടു. ചായക്കുട്ടുകൾ തയ്യാറാക്കുന്നതും നിറം കൊടുക്കുന്നതുമായിരുന്നു ആദ്യ ജോലികൾ. രംഗ ശില്പകാരനെ

നിലയിൽ പ്രസിദ്ധി ആർജിച്ചത് നിശാഗന്ധി എന്ന നാടകത്തിനു ശേഷമാണ്. അതിൽ അദ്ദേഹം ചെയ്ത ആദ്യത്തെ രംഗപടത്തിനു ശേഷം നാടക മേഖലയാകെ രംഗ സംവിധാനത്തിലെ പുത്തൻ മാറ്റത്തെ അംഗീകരിക്കാൻ തയ്യാറായി.

ഉജ്ജ്വലമായ തുടക്കം..



1960-90 കൾ പ്രൊഫഷണൽ നാടകങ്ങളുടെ സുവർണ്ണകാലമായിരുന്നു. ഘടനയിലും ഉള്ളടക്കത്തിലും രംഗസംവിധാനത്തിലും സൂക്ഷ്മ ശ്രദ്ധ പുലർത്തിയിരുന്ന കാലം. എന്നാൽ പല സംവിധായകർക്കും രംഗപടത്തിന്റെ ഉപയോഗത്തെക്കുറിച്ചു വ്യത്യസ്ത കാഴ്ചപാടുകളാണു ഉണ്ടായിരുന്നത്. രംഗപടങ്ങളെ സ്വീകരിച്ചിരുന്നവരും പകരമായി പ്ലെയ്ൻ ബാക്ക്ഗ്രൗണ്ട് ചാക്കു മറയും ഉപയോഗിച്ചിരുന്നവരും അക്കാലത്തുണ്ടായിരുന്നു. രംഗപടനിർമ്മാണത്തിൽ നൂതന പരീക്ഷണങ്ങൾ നടത്തി തുടങ്ങിയതും ഇക്കാലത്താണ്.



സാമൂഹ്യ നാടകങ്ങൾക്കു പുറമേ പുരാണം, ചരിത്രം എന്നിങ്ങനെ വൈവിധ്യപൂർണ്ണമായ വിഷയങ്ങൾ അവതരിപ്പിക്കുന്ന നാടകങ്ങൾക്കും അദ്ദേഹത്തിന്റെ കലാപ്രതിഭ മാറ്റം കൂട്ടി സ്റ്റേജിന്റെ സ്ഥലസൗകര്യ പരിമിതികളെ മറികടന്ന് യാഥാർത്ഥ്യത്തോടടുത്ത് നിൽക്കുന്നതും ആസ്വാദകരെ ആകർഷിക്കുന്നതുമായ ഒരു പുതിയ രംഗവിഷ്കാര ശൈലി കണ്ടെത്തി. അക്കാലത്ത് നാടകങ്ങളിൽ സ്റ്റേജിനെ സിറ്റുട്ടായും കർട്ടനപ്പുറം വീടായും സങ്കല്പിച്ചിരുന്ന രീതിയിൽ നിന്ന് വിഭിന്നമായി പ്രേക്ഷകർ സിറ്റുട്ടിലിരിക്കുന്ന കഥാപാത്രങ്ങളെയും പശ്ചാത്തല പ്രകൃതിയെയും ഒന്നിച്ചു കാണുന്ന രീതിയിൽ വേദി സജ്ജീകരിച്ചു. അതിലൂടെ വീടിരിക്കുന്ന പശ്ചാത്തലം, ഉദയം, അസ്തമയം ഇങ്ങനെ പ്രകൃതിയുടെ മാറ്റങ്ങൾ എന്നിവ പ്രകാശസംവിധാനത്തിലൂടെ മനോഹരമായി അവതരിപ്പിക്കാനും കഴിഞ്ഞു. അന്ന് നാടകങ്ങളിൽ തുഴയുന്ന വള്ളത്തിന്റെ ദൃശ്യം ഉപയോഗിച്ചിരുന്നെങ്കിലും അതിനെ യാഥാർത്ഥ്യത്തോടടുപ്പിച്ചതും സുജാതനാണ്. വള്ളത്തിന്റെ ചലനത്തെ തികച്ചും സ്വാഭാവികമായി അവതരിപ്പിക്കാൻ അദ്ദേഹത്തെ കൊണ്ട് സാധിച്ചു. രണ്ടു നില വീടു

**സ്റ്റേജിന്റെ സ്ഥലസൗകര്യ പരിമിതികളെ മറികടന്ന് യാഥാർത്ഥ്യത്തോടടുത്ത് നിൽക്കുന്നതും ആസ്വാദകരെ ആകർഷിക്കുന്നതുമായ ഒരു പുതിയ രംഗവിഷ്കാര ശൈലി കണ്ടെത്തി.**

കളും ഒന്നും രണ്ടും നിലയിലുള്ളവർ പരസ്പരം സംസാരിക്കുന്നതും കാണികൾക്കിടയിൽ വലിയ കൗതുകമായിരുന്നു. 1987-ൽ ഇന്ദുലേഖ എന്ന നാടകത്തിൽ ഈ രംഗം ആവിഷ്കരിക്കുന്നതിനായി ഒൻപതടി സ്റ്റേജ് അദ്ദേഹം പതിനൊന്നടിയാക്കി വർദ്ധിപ്പിച്ചു. പിന്നീട് ദൃശ്യ മാധ്യമങ്ങൾ പ്രേക്ഷകഹൃദയങ്ങൾ കൈയ്യടക്കിയതിനാൽ വിദഗ്ദ്ധമായ രംഗവിഷ്കാരത്തിന്റെ ആവശ്യകതയും അനിവാര്യമായിത്തീർന്നു ഈ മാറ്റവും ആധുനികകലാസാങ്കേതികതയും ഒന്നിച്ചു കൊണ്ടു പോകാൻ ഈ കലാകാരനു സാധിച്ചു.

**അത്ഭുതകരമായ ദൃശ്യസൃഷ്ടികൾ**

കെ.പി.എ.സിയുടെ കൈയ്യും തലയും പുറത്തിടരുത് എന്ന നാടകം അരങ്ങേറുന്ന ദിവസം. ഫസ്റ്റ് ബെൽ മുഴങ്ങി. സദസ്സ് ആകാംഷയോടെ ശ്വാസം പിടിച്ചിരിക്കെ കർട്ടൻ ഉയർന്നു. സ്റ്റേജിന്റെ ചെറിയ ചതുരത്തിനുള്ളിൽ ഓടിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഒരു ട്രാൻസ്പോർട്ട് ബസ്സ്. സീറ്റിൽ യാത്രക്കാർ. പശ്ചാത്തലത്തിൽ ഓടിമറയുന്ന പ്രകൃതി ദൃശ്യങ്ങൾ ഈ നാടകത്തിലെ കഥാസന്ദർഭങ്ങൾ മുഴുവൻ അരങ്ങേറുന്നത് ബസ്സിനുള്ളിൽ വച്ചാണ്. അതിലൂടെ മലയാള നാടകവേദി അനുവരെ കാണാത്ത ദൃശ്യവിസ്മയത്തിന്റെ

തിരശ്ശീല ഉയർത്തുകയായിരുന്നു സുജാതൻ. അദ്ദേഹം അതിശയ കരമായിരുന്ന ആ സെറ്റിനെക്കുറിച്ചു പറയുന്നതിപ്രകാരമാണ്.

“ഏറ്റവും വെല്ലുവിളി ഉയർത്തിയ വർക്കായിരുന്നു അത് ഒരു യഥാർത്ഥബസ്സിന്റെ ബോഡി തന്നെയെടുത്തു നീളം കുറച്ച് സ്റ്റേജിന്റെ പരിധിക്കുള്ളിലൊതുക്കി. പശ്ചാത്തല ദൃശ്യങ്ങൾക്കു വേണ്ടി നാൽപ്പതു മീറ്റർ കർട്ടൻ വരച്ച് പിന്നിൽ നിന്ന് മെല്ലെ വലിച്ചുകൊണ്ടിരുന്നു. ഓടിമറയുന്ന മരത്തിന്റെ നിഴലുകൾ പ്രതിഫലിപ്പിക്കാൻ ലൈറ്റിംഗ് സംവിധാനം ഉപയോഗിച്ചു”.

ലിഫ്റ്റ് എന്ന സാങ്കേതികതയെ നാടകവേദിയിൽ പുനർനിർമ്മിക്കുക എന്നത് അസാധ്യകരമെന്നുതന്നെ കരുതിയിരുന്ന കാലത്ത് അതു മനോഹരമായിതന്നെ സ്റ്റേജിൽ അവതരിപ്പിച്ചു അദ്ദേഹം. നടൻ തിലകന്റെ നാടകത്തിനു വേണ്ടിയായിരുന്നു ലിഫ്റ്റ് ചെയ്യേണ്ടിയിരുന്നത്. അകത്ത് ഫ്ലോർ ഡോറും മുന്നിൽ കൊളാപ്സുൾ ഗേറ്റും വച്ച ലിഫ്റ്റ് കാബിനിൽ ആളുവന്ന് കയറി, ഗേറ്റ് അടച്ചാലുടൻ ലിഫ്റ്റ് പൊങ്ങി പോകും. പന്ത്രണ്ട് അടിപോലും ഉയരമില്ലാത്ത സ്റ്റേജിൽ ഈ ലിഫ്റ്റ് എവിടെ പോകുന്നു എന്നത് അത്ഭുതകരമായതിനാൽ നാടകം കഴിഞ്ഞാലുടൻ കാണികൾ സ്റ്റേജിനു പുറകിൽ കയറിവരുമായിരുന്നു.

**അംഗീകാരങ്ങൾ, പ്രചോദനങ്ങൾ**

മുപ്പത്തഞ്ചു വർഷങ്ങൾക്കുള്ളിൽ നാടകവേദിയിൽ ശൂന്യാകാശ വാഹനം, സ്വർണ്ണ ഖനി, കൽക്കരി ഖനി എന്നിങ്ങനെ അസാധ്യമെന്ന് കരുതപ്പെടുന്ന എല്ലാത്തരം നാടക പശ്ചാത്തലങ്ങളും ചെയ്തു കഴിഞ്ഞു. മൂന്നര പതിറ്റാണ്ടുകൾ പിന്നിട്ടിട്ടും ഇന്നും തന്റെ മേഖലയിൽ ഒന്നാമനായി തുടരുന്നതിന്റെ രഹസ്യം അദ്ദേഹം വെളിപ്പെടുത്തുന്നു.

‘ജനങ്ങളുടെ പ്രോത്സാഹനം പകരുന്ന ആവേശം തന്നെ കാരണം. അതൊരു ഉത്തേജക മരുന്നാണ്. 20 വർഷങ്ങൾക്കു മുൻപ് ചെയ്ത നാടകമാണ് കന്യാകുമാരിയിലെ ഒരു കടങ്കഥ. അതിൽ കന്യാകുമാരിയിലെ ഒരു ലോഡ്ജിൽ നിന്നും കാണാവുന്ന വിവേകാനന്ദപ്ലാറ, സ്തുപം, കടലിന്റെ ഒരു ഭാഗം എന്നിവയടങ്ങുന്ന ഒരു സെറ്റു ചെയ്തിരുന്നു. അന്ന് ഈ നാടകം ഉദ്ഘാടനം ചെയ്ത ദിവസം ആളുകൾ ഒന്നടങ്കം എഴുന്നേറ്റു നിന്നു കൈയ്യടിച്ചു. ഈയിടെ ആലുവയിൽ അതേ നാടകം വീണ്ടും അവതരിപ്പിച്ചപ്പോഴും അതേ കൈയ്യടിയെന്നെ കിട്ടി. 20 വർഷങ്ങൾക്കിടയിൽ എന്തെല്ലാം മാറ്റങ്ങൾ മനുഷ്യമനസിലും ബാഹ്യപ്രകൃതിയിലും ഉണ്ടായി. എന്നാൽ അന്നു നമ്മൾ ചെയ്തു വെച്ച ഒന്നു അവർ ആസ്വദിക്കുന്നു. അതിൽപരം ആത്മവിശ്വാസമുണ്ടാക്കുന്ന ഒരു ടോണിക്കു വേറെന്താണുള്ളത്.’

മൂന്നര പതിറ്റാണ്ടു നീണ്ട ഈ കലാസപര്യക്കിടയിൽ ധാരാളം പുരസ്കാരങ്ങൾ അദ്ദേഹത്തെ തേടിയെത്തിയിട്ടുണ്ട്. പ്രൊഫഷണൽ നാടകവേദിയുടെ രംഗപടത്തിനുള്ള സംസ്ഥാന അവാർഡ് 15 തവണ അദ്ദേഹം കരസ്ഥമാക്കി. മികച്ച സ്റ്റേജ് ടെക്നീഷ്യനുള്ള 2006 ലെ ചേമ്മൻലാൽ മെമ്മോറിയൽ അവാർഡും സംഗീത നാടകവേദിയുടെ 2010 ലെ കലാരത്ന അവാർഡും അദ്ദേഹത്തിനു ലഭിച്ചു.

നാടകകലയുടെ മറ്റൊരുത്തുറകളിലും ധാരാളം പ്രതിഭാധനർ പ്രശസ്തരായി നിലനില്ക്കുമ്പോൾ രംഗ സംവിധാനകലയിൽ സുജാതൻ മാത്രം അതുല്യ പ്രതിഭയായി നിലയുറപ്പിച്ചിരിക്കുന്നു. ജീവൻ തുടിക്കുന്ന രംഗ സജ്ജീകരണങ്ങൾ അദ്ദേഹത്തിന്റെ വിരലുകളിലൂടെ സൃഷ്ടിക്കപ്പെടുന്നു. നാടകത്തിന്റെ പ്രതാപം നഷ്ടപ്പെട്ട കാലങ്ങളിലും സുജാതനെപോലെയുള്ള കലാകാരന്മാരുടെ പരിശ്രമവും, ആത്മാർത്ഥതയുമാണ് കലയെ പിടിച്ചു നിർത്താൻ സഹായിച്ചത്.

## Classroom



# Advertising

## OBJECTS AND IMPORTANCE OF ADVERTISING

- The main purpose of advertising is to give information.
- It's purpose is not only to inform but also to persuade.
- To build primary demand.
- To introduce a price deal.
- To inform a products availability.
- To build recognition or brand insistance.
- To help salesmen by building an awareness of the product among retailers.
- To create a reputation for service, reliability or research strength.
- To increase market share.
- To modify existing product appeals and buying motives.
- To inform about new products availability or features or price.
- To increase the frequency of use of a product.
- To build overall comapany image.

## KINDS OF ADVERTISING

1. **Primary demand advertising :**  
The main aim of such advertising is to create a primary demand for the product.
2. **Product or Institutional advertising:**  
Advertising that stresses either on the product or on the manufacturer is termedas product or institutional advertising.
3. **Co-operative advertising:**  
Wholesalers and/ or retailers jointly sponsor and share on the expenditure on advertising it takes the form of co - operative advertising.
4. **Commercial advertising:**  
It is also termed as business advertising. As the name suggests such advertising is solely meant for effecting increase in sales.
5. **Non-commercial advertising:**  
These are usually published by charitable institutions preferably to solicit general and finanicial help.
6. **Direct action advertising:**  
The advertising that stresses and persuades immediate buying of the product is known as Direct action advertising.

അഡാർട്ടൈസിംഗ്, മാർക്കറ്റിംഗ് മേഖലകളിലേക്ക് കടന്നുവരുന്ന നവാഗതർക്കും വിദ്യാർത്ഥികൾക്കും പ്രയോജനപ്പെടുത്താവുന്ന ഒരു പംക്തി. ഓരോ ലക്കവും സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നവർക്ക് ഭാവിയിൽ ഒരു ടെക്സ്റ്റ് ബുക്കായി ഉപകരിക്കും.



# MARKETING



## What is Marketing

What is Marketing? (Marketing Definition)

There are a lot of **marketing** definitions available but the right ones are focused upon the key to marketing success i.e. customers. Following are some of the marketing definitions available.

**American Marketing Association defines marketing as:**

Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large. (Approved October 2007)

The Chartered Institute of Marketing (CIM) says: The management process responsible for identifying, anticipating and satisfying customer requirements profitability.

**Philip Kotler defines marketing as:**

Marketing is the social process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating and exchanging products and value with others.

**Palmer's marketing definition is as:**

Marketing is essentially about marshalling the resources of an organization so that they meet the changing needs of the customer on whom the organization depends.

**Dennis Adcock defines marketing as:**

The right product, in the right place, at the right time, at the right price.

Dennis adcock, using McCarthy's **Four Ps**, defines marketing in a short but realistic way.

**The Marketing Concepts**

The marketing concept is the philosophy that urges organization to focus on their customers' needs. Analyzing their needs and making such decisions that satisfy those needs in a better way than competitors.

To have a better understanding of marketing concept, it's worthwhile to review the other philosophies that once were dominated and are still being practiced by some of the firms.

The Production Concept (Industrial revolution -1920's)

The basic idea behind production concept was: The firms will produce what they can produce efficiently. This will ensure enough supply of the products at low-cost and demand will be created by itself.

Production concept prevailed into late 1920s because most of the products being produced were the basic necessities and there was a huge unfulfilled demand for them.

**The Sales Concept (1930s)**

By early 1930s, competition had increased in production and on the other hand there was less unfulfilled demand. So, all the firms turned towards sales concept. Now the companies were not only producing the product but also sell it to customers through personal selling and advertisements.

There was no concept of need identification, firms were just interested in beating competition by selling more but neglecting customers' satisfaction. We can call it 'hard selling.'

**The Marketing Concept**

After World War II, there was a variety of products available in the market and customers having discretionary income could make choices and purchase what really fulfill their needs. In that situation, firms were forced to think about what their customers need, when they need it and how to keep them satisfied which is the Marketing Concept.

The main focus of all the firms turned from hard selling towards Identification of customer needs, making decision to fulfill those need and maintaining long-term relation with customers by satisfying their changing needs. The Marketing concept resulted in a separate marketing department in organization and today we can see many organization have structured themselves as marketing organization where every employee is contributing towards customer satisfaction whether or not he's a marketing person.

So, The marketing concept totally relies upon marketing research that helps in identification of segments, their sizes, needs, target market and then by using the right '**Marketing Mix**', marketing teams makes such decisions that results in customers satisfaction.

After going through the marketing definitions and concepts, the core ideas contained are as follows:

- The main focal point in marketing is customer needs.
- In order to maintain long-term relations with customers, future needs have to be identified and predicted.
- Marketing is not the duty of marketing department only but the everyone in the organization.



അഡ്വർട്ടൈസിംഗ്  
പ്രൊഫഷണലാകാൻ  
സുവർണ്ണാവസരം

THE ART OF  
**Copywriting**

കോപ്പിറൈറ്റിംഗിൽ താല്പര്യമുള്ളവർക്ക് അഡ്വർട്ടൈസിംഗ് ഏജൻസികളിൽ ജോലി ലഭിക്കുവാൻ ഇഫെക്ടീവ് ആഡ് കോം അവസരമൊരുക്കുന്നു. ഇഫെക്ടീവ് ആഡ് കോമിന്റെ ഓരോ ലക്കങ്ങളിലും പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്ന വിഷയങ്ങൾക്ക് അനുയോജ്യമായ തലക്കെട്ടുകൾ (captions) തയ്യാറാക്കി അയക്കുക. ഏറ്റവും മികച്ച രചനകൾ അയയ്ക്കുന്നവരിൽ നിന്ന് തിരഞ്ഞെടുക്കപ്പെടുന്നവർക്ക് അഡ്വർട്ടൈസിംഗ് രംഗത്ത് പരിശീലനം/ജോലി ലഭിക്കുവാനുള്ള വേദിയൊരുക്കുന്നതാണ്.

ഈ ലക്കത്തിലെ വിഷയം

## വാഷിംഗ് പൗഡർ

നിബന്ധനകൾ :

- 1) നിലവിലുള്ള ബ്രാൻഡുകൾക്ക് വേണ്ടിയോ സ്വയം സൃഷ്ടിക്കുന്ന ബ്രാൻഡുകൾക്ക് വേണ്ടിയോ പരസ്യവാചകങ്ങൾ എഴുതാം.
- 2) ഈ മത്സരത്തിലൂടെ ലഭിക്കുന്ന പരസ്യവാചകങ്ങൾ ഇഫെക്ടീവ് ആഡ് കോമിലോ മറ്റ് പരസ്യങ്ങളിലോ രണ്ടിലുമോ ഉപയോഗിക്കുവാനുള്ള അധികാരം ഇഫെക്ടീവ് ആഡ് കോമിൽ നിക്ഷിപ്തമായിരിക്കും. ഇതിന്മേൽ യാതൊരവകാശവാദങ്ങളും പാടില്ല.
- 3) വിജയികളെ തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിൽ എഡിറ്റോറിയൽ ബോർഡിന്റെ തീരുമാനം അന്തിമമായിരിക്കും.
- 4) എഡിറ്റോറിയൽ ബോർഡിന്റെ തീരുമാനത്തിന്മേൽ യാതൊരു കത്തിടപാടുകളും അനുവദനീയമല്ല.
- 5) മാറ്റിനോടൊപ്പം കൃത്യമായ മേൽവിലാസവും ഇ-മെയിൽ ഐഡിയും ഫോൺ നമ്പറും രേഖപ്പെടുത്തിയിരിക്കണം.
- 6) പോസ്റ്റ്, കൊറിയർ, ഇ-മെയിൽ എന്നിവയിലൂടെ മാറ്റുകൾ അയയ്ക്കാവുന്നതാണ്.
- 7) വിജയികളെ ഫോൺ മുഖേനയോ ഇ-മെയിൽ മുഖേനയോ വിവരം അറിയിക്കുന്നതാണ്.
- 8) കവറിനു മുകളിൽ "Copy Writing" എന്ന് എഴുതിയിരിക്കണം.
- 9) മാറ്റുകൾ ലഭിക്കേണ്ട അവസാന തീയതി: 31 04 2015.

അയയ്ക്കേണ്ട വിലാസം:

The Editor, Effective Publications, Mulamoottil Building, Manorama South, Cathedral Road, Kottayam - 686 001

E-mail: effectiveadcom@gmail.com



"No matter how busy you may think you are, you must find time for reading, or surrender yourself to self-chosen ignorance."

Confucius



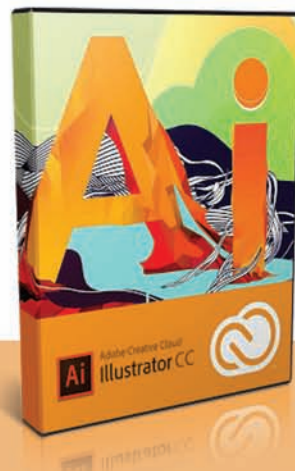




## illustrator CC

വേർഷൻ 4.0 വിമർശനങ്ങൾ നേരിട്ടു. എഡിറ്റിങ് പ്രിവ്യൂമോഡ് സപ്പോർട്ട് ചെയ്യുന്ന ആദ്യ ഇല്ലസ്റ്റ്രേറ്ററായിരുന്നു ഇത്. 1996 ൽ വേർഷൻ 6 ഉം, 1997 ൽ വേർഷൻ 7ഉം പുറത്തിറങ്ങി. വേർഷൻ 10, ക്രിയേറ്റീവ് സ്ക്വട്ട് (CS) പുറത്തിറങ്ങുന്നതിനു മുൻപ് പുറത്തിറങ്ങിയ അവസാന വേർഷനായിരുന്നു. ഇന്റർനെറ്റിന്റെ വരവോടെ ഫോട്ടോഷോപ്പും ഇല്ലസ്റ്റ്രേറ്ററും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസം എന്താണെന്ന് മനസ്സിലായി തുടങ്ങി. ഫോട്ടോഷോപ്പിനെ അപേക്ഷിച്ച് Web publishing, Rasterization previewing, PDF, SVG (Scalable Vector Graphics) തുടങ്ങിയ സൗകര്യങ്ങൾ ഇല്ലസ്റ്റ്രേറ്ററിൽ ഉണ്ടായിരുന്നു. ഇല്ലസ്റ്റ്രേറ്റർ CC (Creative Cloud) പുറത്തിറങ്ങിയത് ത്രി ഡയ്മൻഷൻ സംവിധാനത്തോടു കൂടിയാണ്. Mac OS X, Microsoft Windows എന്നിവയിലാണ് CS2 പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. Live Trace, Live Paint, Control Palette, Custom Work space എന്നിവയും പ്രത്യേകതകളായി പറയാവുന്നതാണ്. Live Trace ഉപയോഗിച്ച് Bitmap ഫോർമാറ്റിലുള്ള ചിത്രങ്ങളെ Vector artലേക്ക് മാറ്റുവാൻ സാധിക്കും. Control Bar, Multiple Crop Areas, Color Guide Panel, Live Color Feature തുടങ്ങിയ സവിശേഷതകളോടു കൂടിയാണ് 2007 മാർച്ച് 27 ന് CS3 പുറത്തിറങ്ങിയത്. Multiple Art Board (ഒരു ഡോക്യുമെന്റ് ഉപയോഗിച്ചു കൊണ്ട് ഒന്നിലധികം വർക്കുകൾ ചെയ്യാൻ സാധിക്കും), Bloh Brush എന്നിവയോടു കൂടിയാണ് 2008 ഒക്ടോബറിൽ CS4 എത്തിയത്. Perspective Grid Tool, Bristle Brush എന്നിവയോടെ CS5 2010 ഏപ്രിലിലും, Large Panels, RGB Codes, Color Ramp എന്നീ പ്രത്യേകതകളോടുകൂടി 2012 ഏപ്രിൽ 23ന് CS6Dw പുറത്തിറങ്ങി. അവസാനം പുറത്തിറങ്ങിയ ഇല്ലസ്റ്റ്രേറ്റർ CC യിൽ Color, Font, Program Setting Syneing, Saving Documents to the Cloud, New Touch-Compatible Type Tool, Image in Brushes, CSS Extraction, File Packaging എന്നീ സംവിധാനങ്ങളും ഉണ്ട്.

ഒരു ഗ്രാഫിക് ആർട്ടിസ്റ്റിന് ഏറ്റവും സഹായകരമായ ഒരു സോഫ്റ്റ്‌വെയറാണ് ഇല്ലസ്റ്റ്രേറ്റർ എന്നതിന് രണ്ടു പക്ഷമില്ല. ●



## സൂര്യ ടി.വി

### 1998

ഒക്ടോബർ 19-ന് മലയാളത്തിലെ രണ്ടാമത്തെ സ്വകാര്യ ടിവി ചാനലായി സൂര്യ ടിവി മലയാളികളുടെ വീടുകളിലെത്തി. ഏഷ്യയിൽ തന്നെ ശ്രദ്ധേയമായ നിലയിൽ ലാഭകരമായി പ്രവർത്തിച്ചു വന്ന സൺ ടിവി നെറ്റ്‌വർക്കിലെ ഭാഗമെന്ന നിലയിൽ അതിശക്തമായ പിൻബലത്തോടെയാണ് സൂര്യ ടിവി മലയാളത്തിൽ പിറവിയെടുക്കുന്നത്. 1993-ൽ കലാനിധിമാരൻ ചെന്നൈയിൽ സ്ഥാപിച്ച സൺ ഗ്രൂപ്പിന് വിവിധ ഭാഷകളിൽ ടിവി ചാനലുകളും റേഡിയോകളുമുണ്ട്.

ദുരദർശൻ, ഏഷ്യാനെറ്റ് എന്നീ ചാനലുകൾ മാത്രമുണ്ടായിരുന്ന മലയാള ദൃശ്യമാധ്യമരംഗത്ത് മത്സരാധിഷ്ഠിതമായ ഉണർവ് പകർന്നുകൊണ്ടാണ് സൂര്യ ടിവിയുടെ രംഗപ്രവേശം. കണ്ണീർ സീരിയലുകൾ കേരള ജനതയുടെ പ്രൈംടൈം കയ്യടക്കി തുടങ്ങിയ കാലം. സീരിയലുകളും അതിലേറെ സിനിമകളും കൊണ്ട് സംപ്രേഷണ സമയം നിറഞ്ഞു. വൻ വിജയം നേടിയ അനേകം തമിഴ് സിനിമകൾ സൂര്യ ടിവിയിലൂടെ മലയാളി ഭവനങ്ങളിലെത്തി.

ഏഷ്യാനെറ്റ് കൊണ്ടുവന്ന കണ്ണീർ മെഗാ സീരിയലുകളുടെ പെറ്റമ്മയായ 'സ്ത്രീയെ' നേരിടാൻ സൂര്യ 'സ്ത്രീ ജന്മം' അവതരിപ്പിച്ചു. 'പെയ്തൊഴിയാതെ', 'വേനൽമഴ', 'പൊരുത്തം', 'ചാര

**ദുരദർശൻ, ഏഷ്യാനെറ്റ് എന്നീ ചാനലുകൾ മാത്രമുണ്ടായിരുന്ന മലയാള ദൃശ്യമാധ്യമ രംഗത്ത് മത്സരാധിഷ്ഠിതമായ ഉണർവ് പകർന്നു കൊണ്ടാണ് സൂര്യ ടിവിയുടെ രംഗപ്രവേശം.**

ലത്', 'വാവ', 'കാവ്യാഞ്ജലി', 'മറ്റൊരുവൾ', 'ചില്ലുവിളക്ക്' 'മിനുക്കെട്ട്' എന്നിങ്ങനെ നിരവധി സീരിയലുകളിലൂടെ മലയാളി പ്രേക്ഷകന്റെ ആസ്വാദന തലത്തെ മാറ്റിമറിച്ചു. ഇതിൽ 'മിനുക്കെട്ട്' ആയിരം എപ്പിസോഡുകൾ പിന്നിട്ട മലയാള സീരിയൽ ചരിത്രത്തിലെ തിലകകുറിയായി. കണ്ണീർ സീരിയലുകൾ കൂടാതെ 'കായം കുളം കൊച്ചുണ്ണി', 'പറയിപെറ്റ പന്തിരുകുലം',

'ശ്രീ ഗുരുവായൂരപ്പൻ' തുടങ്ങിയ സീരിയലുകളും അവതരിപ്പിച്ചു. 1998-ൽ അവതരിപ്പിച്ച 'സപ്തസ്വരം' എന്ന മ്യൂസിക് പ്രോഗ്രാം വളരെ ശ്രദ്ധ നേടി. ഇപ്പോൾ നാം കാണുന്ന മത്സരാധിഷ്ഠിത റിയാലിറ്റി ഷോകൾ മലയാളത്തിലെത്തും മുമ്പായിരുന്നു അത്.

കോമഡി സ്കിറ്റുകളായ നൂറുങ്ങുകൾ, ജയസൂര്യ അവതാരകനായ ജഗതി VS ജഗതി, കോമഡിക്കൊപ്പം, തരികിട (അതു പിന്നീട് 'ഗുലുമാൽ' എന്ന് പേരുമാറ്റി), ഊരാകുടും, കളികളം, സവാരി ഗിരി ഗിരി, രസികരാജാ No .1 എന്നീ ഹാസ്യരസപ്രധാനമായ പരിപാടികളും മ്യൂസിക് മൊമന്റ്, ദ് ഗിഫ്റ്റ്, നിങ്ങളുടെ ചോയ്സ്, പ്രണയപൂർവ്വം, സിംഹണി, തുടങ്ങിയ സംഗീതപരിപാടികളും മലയാളികളുടെ കൈയ്യിലെ റിമോട്ടിനെ സ്വാധീനിച്ചവയാണ്.

വിനോദം പോലെ വിജ്ഞാനത്തിനും പ്രാധാന്യം നൽകുന്ന പല പ്രോഗ്രാമുകളും 'സൂര്യ' പരീക്ഷിച്ചിട്ടുണ്ട്. 'IT.com' മലയാള ടെലിവിഷനിലെ ആദ്യത്തെ ഐറ്റി പ്രോഗ്രാമായിരുന്നു. ഗൗരവത്തിന്റെ ശൈലിയിലുള്ള പരിപാടികളായി 'അക്ഷരം' (പുസ്തകനിരൂപണം) അവകാശങ്ങൾ നിഷേധങ്ങൾ, അണിയറ, കലികാലം എന്നിവ വിലയിരുത്തപ്പെട്ടു. 'സൂര്യ' കൈകാര്യം ചെയ്യുന്ന വാർത്താധിഷ്ഠിത പരിപാടികളിൽ എടുത്തു പറയേണ്ടത് 'വാർത്തയ്ക്കപ്പുറം', 'വർത്തമാനം', 'വാർത്താവിചാരം' എന്നിവയാണ്. സൂര്യ 'Exclusive' ആയി സംപ്രേഷണം ചെയ്ത ഒരു സെൻസേഷണൽ വാർത്ത ഏറെ മാധ്യമ ശ്രദ്ധയും ജനശ്രദ്ധയും നേടി. 2000 ഫ്രെബ്രുവരി 6-ന് തിരുവനന്തപുരം പഞ്ചതീർത്ഥകുളത്തിൽ നടന്ന 'മുക്കിക്കാല'.. ആത്മഹത്യ ചെയ്യാൻ നിന്ന ഒരാൾ തടയാൻ ചെന്ന കുളം സൂക്ഷിപ്പു കാരനെ വെള്ളത്തിൽ ചവിട്ടിതാഴ്ത്തി കൊല്ലുന്നു. ഇതെല്ലാം കണ്ട് കരയ്ക്കു നിന്ന് ആർത്തുവിളിക്കുന്ന ജനം. മനുഷ്യ മനസാക്ഷിയെ നിർവചിക്കുവാൻ നിർവാഹമില്ലാത്ത ദൃശ്യങ്ങൾ. 'സൂര്യ'യുടെ കേരള ബ്യൂറോ ചീഫായ അനിൽ നമ്പ്യാർക്കാണ് ഈ ദൃശ്യങ്ങൾ ലഭിച്ചത്.

പല ഘട്ടങ്ങളിലായി ധാരാളം ഗെയിം ഷോകളും 'സൂര്യ' അവതരിപ്പിച്ചു. കോടീശ്വരൻ, ഡീൽ ഓർ നോ ഡീൽ, സ്വർണ്ണമഴ, ശ്രീമൻ ശ്രീമതി, റിയാലിറ്റി ഷോകളായ സൂപ്പർ സിംഗർ, സംഗീത മഹായുദ്ധം, സൂപ്പർ ജോഡി, ഹണിമൂൺ ട്രാവൽസ്, ബിഗ് ബ്രേക്ക്, കൈയ്യിൽ ഒരു കോടി ആർ യു റെഡി, മലയാളി ഹൗസ്, സൂര്യ സിംഗർ, സൂര്യ ചലഞ്ച്, ഓൾഡ് ഈസ് ഗോൾഡ്, കുട്ടിപട്ടാളം, എന്നിവയും ജനഹൃദയങ്ങളിൽ ആസ്വാദനത്തിന്റെ അലകളുയർത്തി. കുറെകാലം 'ശ്രീകണ്ഠൻ നായർ ഷോയും' 'സൂര്യ'യുടെ ഭാഗമായിരുന്നു. 'കിരൺ ടിവി', 'സൂര്യ മ്യൂസിക്', 'കൊച്ചു ടിവി' എന്നിവ 'സൂര്യ'യുടെ മലയാളത്തിലെ സഹോദര ചാനലുകളാണ്. 2013 ജൂലൈ മുതൽ 'കിരൺ ടിവി' 24 മണിക്കൂർ ചലച്ചിത്ര ചാനൽ ആയി. സൺഗ്രൂപ്പിന്റെ DTH സർവീസായ സൺഡയറക്ട് ഇന്ത്യയിലെ തന്നെ വലിയ സർവീസുകളിൽ ഒന്നാണ്. കലാനിധിമാരൻ മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടറും, കാവേരി കലാനിധിമാരൻ എക്സിക്യൂട്ടീവ് ഡയറക്ടറായും നേതൃത്വം നൽകുന്നു. ●



**JELITTA**  
PUBLICITY

A leading advertising agency with a Pan India presence, requires for its Kochi & Kottayam office.

**Asst. Manager**

Graduate. Minimum 5 years experience in Ad Industry. Age: above 30 yrs. Should be a go getter, team player and highly active in business development. Good communication and interpersonal skills are essential.

Apply to :

hr@jelitta.com

Mob:9446001057 (Call : 10 am to 5 pm)

**CAREER IN ADVERTISING**

For two Decades, we have delivered high- impact media communications for a wide spectrum of clients. Now we need new team mates, fresh or experience in **Kochi & Thrissur**.

- Client Servicing Executives • Graphic Designer
- Creative Writer (Eng/Mal) • Social Media Expert
- Coordinator- Assistant (EVENT MANAGEMENT)
- Multimedia Programmer & Designer
- Receptionist(Female)

Eligible candidates must send CVs with post mentioned in the subject via [hr@brightkerala.com](mailto:hr@brightkerala.com)

**WANTED**

For Advertising Agency at Kottayam

- Business Executives
- Graphic Designer
- DTP Operator
- Office Assistant (F)
- Office Boy (2 wheeler License)

Attractive salary for experienced and stipend for fresh candidates.



Advertising & Marketing Services

Mughal Palace Bldg., Collectorate P.O, Kottayam  
Ph: 0481-2584512, 98460 57461  
[anodeads@gmail.com](mailto:anodeads@gmail.com)

**Classified Tariff**

Column width - 4 cms.  
Minimum charge Rs. 750/- per 1 col. X 5 cms.  
Rs. 150/- per additional centimetre

**JOB VACANCIES**

EPICA invites applications from candidates for the following posts

1. ANIMATION
2. MODELLING
3. LIGHTING
4. COMPOSITING
5. TEXTURING
6. RIGGING

EXPERIENCED ARTISTS AND FRESHERS CAN APPLY

**HURRY UP !!  
RUSH YOUR ENTRIES**

contact us at :: 8138043332 | 8129134573  
mail us :: [career@ariesepica.com](mailto:career@ariesepica.com) | [ananthvaries@gmail.com](mailto:ananthvaries@gmail.com)



EPICA STUDIO PVT LTD  
FLETCHER TOWERS  
RC JUNCTION, VANCHIYOR P.O  
THIRUVANANTHAPURAM  
PIN 695035, KERALA, INDIA

**WANTED**

Invites applications for the post of

- Journalist
- Marketing Manager
- Marketing Executives
- Circulation Manager
- Circulation Executives
- Telecallers

Experienced / Fresh candidates may apply



Advertising is Communication. Marketing is Destination  
The first Advertising & Marketing magazine in Malayalam

Email: [effectiveadcom@gmail.com](mailto:effectiveadcom@gmail.com)  
Mob: 08593 998705

ക്ലാസ്സിഫൈഡ് പേജിലേയ്ക്ക് പരസ്യങ്ങൾ അയക്കേണ്ട വിലാസം:

Effective Publications, Mulamootil Building, Cathedral Road, Manorama South,  
Kottayam - 686 001, Kerala Ph: 08593 998705  
E-mail: [effectiveadcom@gmail.com](mailto:effectiveadcom@gmail.com)

ദിവ്യശ്രീ എ.

കോഴിക്കോട് നെല്ലിക്കോട് സ്വദേശിനി.

Age: 25, weight: 56, Height: 162 cm

Qualification: BMMC

അഭിനയം, മോഡലിങ് എന്നിവയിൽ താല്പര്യം.

Model Code: 03/2015



Want to be a Model in  
**Advertising ?**

മോഡലിംഗ് രംഗത്തേക്ക് കടക്കുവാൻ  
താൽപര്യമുള്ളവർ ഫോട്ടോയും  
ബയോഡേറ്റയും അയയ്ക്കുക.  
[effectiveadcom@gmail.com](mailto:effectiveadcom@gmail.com)  
Ph: 08593 998705





# കൂടുതൽ സ്മാർട്ടാകുന്ന സ്മാർട്ട് ഫോണുകൾ

പുതിയ കണ്ടുപിടുത്തങ്ങളോടൊപ്പം പുതിയ ഉല്പന്നങ്ങളും ദിനം പ്രതി ഉണ്ടാകുന്നു. ഈ മാറ്റം ഏറ്റവും കൂടുതൽ പ്രകടമാകുന്ന മേഖലയാണ് സ്മാർട്ട് ഫോണുകളുടേത്. ഏറ്റവും പുതിയതായി വിപണിയിലെത്തുന്ന ഏതാനും മോഡലുകളെ പരിചയപ്പെടുത്തുകയാണ് ഇവിടെ.



ആപ്പിൾ കമ്പനി രൂപകൽപ്പന ചെയ്ത സ്മാർട്ട് വാച്ച് ആയ ആപ്പിൾ വാച്ച് ഏപ്രിൽ 24-നു ലോകരാജ്യങ്ങളിലെ വിപണികളിൽ എത്തും. ഇന്ത്യയിൽ ജൂലൈയിൽ എത്തുമെന്നു പ്രതീക്ഷിക്കുന്നു. ഈ നൂതന സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപഭോക്താക്കളുടെ കൈയിൽ കിട്ടുവരെ കാത്തിരിക്കാനുള്ള ക്ഷമ ആപ്പിളിനും ഇല്ലെന്ന് സി.ഇ.ഒ. തിം കുക്ക് പറയുന്നു. ആപ്പിളിന്റെ 3 മോഡലുകളാണ് പരിചയപ്പെടുത്തിയത്. മൂന്ന് മോഡലുകൾക്കും വ്യത്യസ്ത സൈസ് ആണുള്ളത് (38mm and 42mm). ഇതിന്റെ പ്രധാന സവിശേഷതകൾ 8 Gb സ്റ്റോറേജ്, 2 Gb മ്യൂസിക്, 75 mb ഫോട്ടോ തുടങ്ങിയവ കൂടാതെ നിങ്ങളുടെ ഐഫോണി ലേക്ക് മെസേജോ, ഇമെയിലോ എത്തുമ്പോൾ അതുടനെ വാച്ചിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നതാണ്, ആപ്പിൾ വാച്ചിലെ സ്പീക്കർ, മൈക്രോഫോൺ ഉപയോഗിച്ച് ഫോൺകോളുകൾക്ക് മറുപടി കൊടുക്കാം, വ്യത്യസ്തങ്ങളായ തീമുകളിലൂടെ വാച്ചിനു വേറിട്ട മുഖങ്ങൾ നൽകാം. കൂടാതെ വാച്ചിനു പുറകിലുള്ള മാഗ്നറ്റിക് ചാർജർ ഉപയോഗിച്ചാണ് ഡിവൈസ് ചാർജാകുന്നത്.



## Xiaomi Redmi 2

കുറഞ്ഞ വിലയ്ക്കു നല്ലൊരു സ്മാർട്ട്ഫോണാണോ നിങ്ങൾ തിരയുന്നത്? എന്നാൽ Xiaomi Redmi 2 ഉത്തമ ചോയ്സാണ്. ആൻഡ്രോയ്ഡ് കിറ്റ്കാറ്റ് 4.4 ഓപ്പറേറ്റിംഗ് സിസ്റ്റമുള്ള ഈ സ്മാർട്ട്ഫോൺ 4.7 ഇഞ്ച് വലിപ്പമുള്ള ഡിസ്പ്ലേയുള്ളതാണ്. 1.2 GHz പ്രോസസറാണു ഇതിനുള്ളത്. കോർണിംഗ് ഗൊറില്ല ഗ്ലാസ് സ്ക്രീച്ചുകളിൽ നിന്നും ഫോണിനെ സംരക്ഷിക്കുന്നു. ഇതിന്റെ വെയിറ്റ് 134 ഗ്രാമാണ്. ബാറ്ററി 2200 mAh. 1 ജിബി റാമുമാണുള്ളത്. ഒപ്പം 8 MP യുടെ ക്യാമറയും. 6999 രൂപയാണ് ഈ സ്മാർട്ട്ഫോണിന്റെ വില.



## HTC Desire 820s

എച്ച്ടിസി പുതിയ ഫോണുമായി സ്മാർട്ട്ഫോൺ ലാമ്പ്വേഴ്സിനു മുന്നിലെത്തിയിരിക്കുകയാണ്. HTC Desire 820s എന്ന ഫോണാണ് പുതിയതായി വിപണി കീഴടക്കാൻ ഈ മാർച്ചിൽ അവതരിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നത്. 2 ജിബി റാം, 2600 mAh ബാറ്ററിയുമുള്ള ഈ സ്മാർട്ട്ഫോണിന്റെ സ്ക്രീനിന്റെ വലിപ്പം 5.5 ഇഞ്ചാണ്. ബാറ്ററിയുടെ കരുത്തിൽ 3 ജി നെറ്റ് വർക്ക് ഉപയോഗിക്കുമ്പോഴും 12 മണിക്കൂർ വരെ സംസാരിക്കാൻ സാധിക്കുമെന്നാണ് കമ്പനി അവകാശപ്പെടുന്നത്. 13 MP ക്യാമറയാണ് ഫോണിന്റെ എടുത്തു പറയേണ്ട മറ്റൊരു പ്രത്യേകത. 4.4 കിറ്റകാറ്റ് എച്ച്ടിസി, സെൻസ് 6 യുഎ ഓപ്പറേറ്റിംഗ് സിസ്റ്റം, 1.7 GHz ക്ക്ടാ കോർ പ്രോസസർ. 24890 രൂപയാണ് ഈ ശ്രേണിയിലെ സ്മാർട്ട്ഫോണുകളുടെ വില.



# BMW New X6



BMW-ന്റെ second മോഡലായ X6 New വിപണിയിലെത്തുന്നത് വളരെയേറെ പുതുമകളോടെയാണ്. Twin turbo v8 petrol engine, all wheel drive system and Dynamic performance control, BMW's LED lighting system അങ്ങനെ സവിശേഷതകൾ ഒതുപാടാണ്. മേയ് മാസത്തിൽ വിപണിയിലെത്തുന്നു.

Kawasaki bike-കളുടെ പുതിയ മോഡൽ Ninja H2 ഈ വർഷം ആദ്യ പകുതിയോടെ വിപണിയിലെത്തും. 30 ലക്ഷം രൂപയാണ് വില. 998 cc, 4 cylinder supercharged, 197 bhp power system തുടങ്ങിയവ Kawasaki-ടെ സവിശേഷതകളാണ്.





# Names that **suck!**

No hard feelings, please. If your name happens to be the type of names implied below, you asked for it.

I'm not speaking about your personal name. We all know enough to not judge a person by his or her name. But we all know we do judge a brand by its name. While some personal names sound perfect for the person, the persona, and even the profession of an individual, some names are a total mismatch. This is not a serious issue in the case of human beings since we like or dislike people for so many other reasons. But when it comes to brands, an uncool name is like a stone in the shoe.

Some time back, I happened to watch the TVC of a retail brand in Keralam. Their name instantly made me think of a word in Malayalam which is used in criminal contexts. Oddly enough, months later, I found myself in that shop with my family! We went there not out of brand loyalty or curiosity but because it provided easy access. The shop was expansive and the service good. I was tempted to ask about the source of their funny name. Then it dawned on me that it came right from their family! So we kept mum, bought our stuff and left the shop like we leave a public transport. No emotions. No wish to go back again. If they had an engaging name and a branding to match, I bet we would've cherished that shopping experience and shared it. Insipid names create only insipid brand images.

Imagine Pepsi came out in the market with a different name! Say, Pappankochu, Pradepachandran, Pareekunjundi, or Potherikanpettil! And imagine it was marketed around the world with the same Pepsi strategy! You could argue that the brand would've still made money. I agree that any name could become a brand and any brand could be made popular through clever advertising and marketing strategies. But I bet Pepsi is far more appealing to the universal audience than Potherikanpettil as a name! Pepsi creates that peppy feel while Potherikanpettil is too bland and tongue-tripping.

Around the world, entrepreneurs tend to name their product, company or shop after themselves or their families. There's nothing wrong with the practice. And we have such iconic names as Tata, Ford, Johnnie Walker, Harrods and many others across diverse lines.

## the other truth

So Mie is a copywriter currently working at an advertising agency in UAE. His career spans over 25 years with stints at industry leading creative houses in Keralam and numerous campaigns. He also used to engage students in advertising at the School of Communications, Mahatma Gandhi University.

So Mie



Only English-sounding personal or family names could graduate into good brand names? You'd frown. No. Bajaj is not English. Neither are Gucci, Suzuki, Godrej and Kim Kardashian. For those of you who haven't heard of the last one, I might add that this is a personal brand recently launched by a celebrity of sorts whose biggest 'asset' is in that word itself. Kardashian doesn't sound English at all. But it has a rhythm of its own with the perfect flow of consonants and vowels complementing a chirpy Kim. Still, we would've ignored it as some ethnic brand meant for a niche market if we hadn't known the person behind it and how it's pronounced.

Such instances should not drug us into believing that ours can be a charming brand name too. Whether our name qualifies to be a brand name depends on how it's spelt, how it sounds, what imageries customers can associate with it and who the person known by it.

Not all names attract. Some names do suck. ●

Printed, Published and Owned by Mathew K., Effective Publications, Mulamootil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam - 686 001 Kerala. and Printed at Southern Printing House, Sastri Road Extn., Mugal Palace Building, Collectorate P.O., Kottayam - 686 002, Kerala.

## Aspiring to become an IAS / IPS?

Do you have the traits of leadership, aptitude, perseverance, tenacity, commitment, integrity, Mental alertness and stamina? You can make it up the civil services career!

# Destination IAS

Civil Services Foundation Course  
for Class 6<sup>th</sup>, 7<sup>th</sup>, 8<sup>th</sup>, 9<sup>th</sup>, 10<sup>th</sup> & 11<sup>th</sup>



**Dr. T P Sasikumar**

M.Sc., M.Phil., Ph.D., LL.B., MBA., M.S.,

Chairman, Shiksha, Hyderabad

Founder Director Destination IAS with Inspire Learning

THE  
**BEST**  
Foundation  
Coaching in  
**CIVIL**  
services

**HELEN O' GRADY\***

### Program Objectives

- ★ Communication
- ★ Critical Thinking
- ★ Speaking Skills
- ★ Creativity
- ★ Collaboration
- ★ English Language Proficiency

**ACT**  
SELF-ESTEEM  
DYNAMIC ENTHUSIASTIC  
EXPRESSION THEATRICAL  
PERFORMANCE  
SOCIALISATION  
**CREATIVITY**  
PUBLIC SPEAKING  
PRESENTATION SKILLS  
**CONFIDENCE**



HELEN O' GRADY  
INTERNATIONAL

We'll bring out the  
star in you!



\* available at selected centres only

## Residential School Programs

School + JEE Advanced / MBBS  
Entrance Coaching  
for **Class XI & XII**

Aravindha Vidyamandhir, Pallikathodu, Kottayam  
St. Jude Global School, Puthupally, Kottayam.  
Mar Dionysius School, Mallapally.  
The Greenhills Public School, Sulthan Bathery.  
Ideal English School, Kuttippuram.

Admissions Commences in January 2015

**BRILLIANT<sup>®</sup>**  
**TUTORIALS**

## Brilliant Learning Classrooms

**Cochin** : 39/4822, Saradha Math Lane, M.G. Road, Ravipuram, Ernakulam - 686 016. Tel: 0484 - 4028773, 4028779

**Alappuzha** : North of Iron Bridge, Above Dental Polyclinic, Alappuzha - 688 011. Tel: 0477 - 2238899

**Kottayam** : South Manorama, Erayilkadavu Road, Kottayam - 686 001. Tel: 0481 - 2584152, 2585152

**Kannur** : Ambadimukku, North of SN Vidyamandhir, Talap, Kannur. Pin 670 004. Tel: 0497 3103399, 2713399.

**Palakkad** : 1<sup>st</sup> Floor, Century Plaza, Moyans School Jn., V.H. Road, Tharekkad, Palakkad - 678 001. Tel: 0491 - 2523789

Classroom also at:

**Chennai** - Tel: 90430 77799, **Coimbatore** - Tel: 0422 - 2242999, 2243999, **Salem** - Tel: 0427 - 2335499

**Tiruppur** - Tel: 98431 28914, **Theni** - Tel: 97873 68934, **Vellore** - Tel: 94433 42145



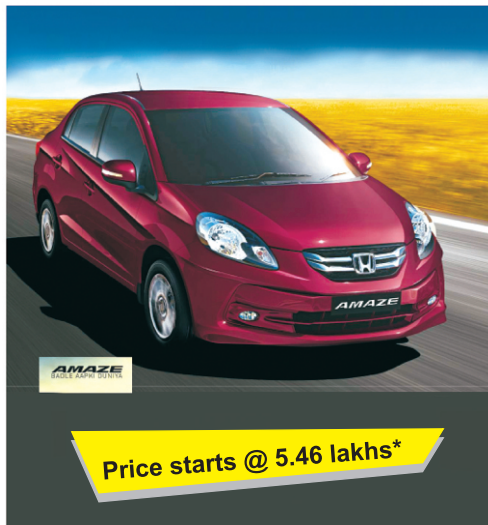
New Honda Marvels  
are waiting for you.  
Come... Test Drive... Enjoy...



Price starts @ 7.03 lakhs



Price starts @ 4.36 lakhs\*



Price starts @ 5.46 lakhs\*



Price starts @ 7.64 lakhs\*

\*Conditions apply

▪ **Exchange Facility** ▪ **Attractive Finance Schemes**

Sales Helpline :  
**98477 34444**

**Vision Honda**

**SUNDAY  
OPEN**

Nattakom, Kottayam. Ph: 0481 2361149 - 52, 9747212272

Thodupuzha Mob: 9747212272, Kayamkulam Mob: 9526051188, Alappuzha mob: 9747212274

[www.visionhonda.com](http://www.visionhonda.com)